

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени М.В. ЛОМОНОСОВА

На правах рукописи

Колесниченко Александр Васильевич

**Трансформация жанров журналистских текстов
в цифровой среде**

Специальность 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
доктора филологических наук

Москва – 2026

Диссертация подготовлена на кафедре цифровой журналистики факультета журналистики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова

Научный консультант:

Фролова Татьяна Ивановна
доктор филологических наук, доцент

Официальные оппоненты:

Корконосенко Сергей Григорьевич
доктор политических наук, профессор;
Санкт-Петербургский государственный университет,
Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»,
кафедра теории журналистики и массовых коммуникаций, заведующий

Самарцев Олег Робертович
доктор филологических наук, доцент;
Ульяновский государственный университет,
факультет культуры и искусства,
кафедра журналистики, филологии,
документоведения и библиотековедения, заведующий

Баранова Екатерина Андреевна
доктор филологических наук, доцент;
«Военный университет имени князя Александра Невского»
Министерства обороны Российской Федерации,
кафедра информационного обеспечения, профессор

Защита диссертации состоится « 26 » июня 2026 года в 14:00 часов на заседании диссертационного совета МГУ.059.4 Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова по адресу: 125009, г. Москва, ул. Моховая, д. 9, стр. 1, ауд. 233.

E-mail: dissovet.059.4@smi.msu.ru

С диссертацией можно ознакомиться в отделе диссертаций научной библиотеки МГУ имени М.В. Ломоносова (Ломоносовский проспект, д. 27) и на портале: <https://dissovet.msu.ru/dissertation/3919>.

Автореферат разослан « » апреля 2026 года

Учёный секретарь
диссертационного совета,
кандидат филологических наук,
доцент

М.И. Макеенко

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования. В диссертационной работе представлены результаты комплексного исследования жанров журналистских текстов в контексте цифровой трансформации медиа. При этом жанр рассматривается не только как форма публикации и технология ее создания, а гораздо шире – как ключевое понятие журналистской практики, в котором отражены как внутренние, находящиеся в рамках медиаотрасли, так и внешние по отношению к медиаотрасли трансформации профессиональной деятельности журналиста.

Трансформационные процессы затронули журналистику на всех уровнях: от конкретного произведения и организации работы над ним до медиапроизводства в целом, медиаотрасли как отрасли экономики в системе других отраслей и как социального института в системе других социальных институтов. Ключевым внешним фактором являются новые информационные технологии, активно внедряемые в медиаотрасли.

Также к внешним факторам нужно отнести трансформацию политических и социально-экономических отношений, появление новых форм политического участия и новых социальных групп и в этой связи трансформацию функций журналистики, которая потеряла монополию на посредничество между социальными институтами. СМИ также перестали быть основным каналом распространения рекламы, что драматически сказалось на экономическом положении медиаотрасли и поставило вопрос о выживании журналистики как профессии.

Еще один важнейший внешний фактор – это трансформация медиаповедения аудитории, когда изменился и способ потребления медиаконтента (преимущественно – со смартфона), и возможности реагирования на него, и, самое главное, информационное предложение, расширившееся от нескольких физически доступных СМИ (экземпляры печатных изданий, принимаемые теле и радиоканалы) в доцифровую эпоху до миллионов коммуникаторов, доступных онлайн. В результате не столько СМИ формируют свою аудиторию, сколько каждый ее представитель формирует свое медиaprостранство, и журналистика в нем, как правило, занимает далеко не основное место.

На внутрижурналистском уровне цифровая трансформация проявляется прежде всего в новых видах и формах медиаконтента, а также в новых каналах его распространения. Несмотря на все еще значимые позиции традиционных СМИ (особенно телевидения и радио), современная журналистика мыслится и воспринимается именно как журналистика цифровая, как распространение конвергентного медиаконтента на сайтах и в соцсетях. Трансформировалось также журналистское творчество, фокусирующееся в современных условиях в большей мере на отборе, верификации и подаче уже представленной в интернете информации, нежели на ее производстве. Перемены затронули и редакционный менеджмент, редакционные структуры и бизнес-модели СМИ. Традиционная рекламно-подписная бизнес-модель перестает работать, и в медиаотрасли идет поиск новых бизнес-моделей наряду с поиском новых форм

публикаций и поиском своего места в новых социально-экономических отношениях.

На исследовательском уровне перемены породили новые научные контексты, в рамках которых анализируется и интерпретируется происходящее в медиа. Это и конвергентные практики, и сетевые эффекты, и платформенные особенности, и облачные сервисы, и гражданская журналистика, и другие значимые новые явления, потребовавшие новых исследовательских подходов и объяснительных моделей. Также активно исследуется взаимовлияние медиа и других сфер деятельности, что породило целый спектр понятийных концептов: медиaprактика, медиатизация, медиасреда, медиapolитика, медиаэкология, медиapoвeдение и др.

Изменилось и понимание медиатекста – от текста СМИ к тексту, созданному для трансляции через медиаканалы. Сегодня журналистский текст – это подвид медиатекста, созданный журналистами для распространения через СМИ и ассоциированные с ними каналы, такие как страницы СМИ в соцсетях. В пространстве массовой коммуникации журналистский текст находится в конкурентном окружении медиатекстов других видов, что также вынуждает его адаптироваться к изменившимся условиям. В результате трансформируется и понимание жанра, которое теперь охватывает не только типологию публикаций и технологию их подготовки (что тоже радикально изменилось), но и способ взаимодействия медиа с аудиторией с учетом технологических, психологических и ситуационных аспектов. Это предопределяет обновление жанровой палитры журналистского творчества и позволяет через исследование трансформации жанров выявить существенные трансформации журналистского текста в современных условиях.

Эта трансформация на сегодняшний день концептуально не осмыслена, а жанровая система журналистских текстов, адекватная сложившимся реалиям, пока что не создана. При том, что жанрам интернет-публикаций посвящено множество работ, понимание жанра и типология жанров в большинстве случаев основываются на исследованиях печатной прессы, а трансформационные аспекты ограничиваются мультимедиатизацией традиционных журналистских жанров либо попытками фиксации новых, складывающихся в онлайн-среде жанров журналистских публикаций без системного осмысления происходящих трансформаций.

Этот пробел и призвана заполнить данная работа, предложив системное и взаимосвязанное осмысление трансформации жанра как путь к пониманию трансформации журналистского текста и его функционирования в современных условиях и, шире, к осмыслению перемен в журналистике. Такая систематизация не только даст иной уровень понимания сущности жанра журналистского текста в современных условиях, но и станет основой для новой типологии жанров, функционально приложимой к современной журналистской практике и способной повысить эффективность обучения навыкам подготовки журналистских текстов.

Научная проблема здесь заключается в том, что трансформация журналистики привела к разрыву между теоретическими подходами к жанрам журналистских публикаций и журналистской практикой, что делает существующую теорию недостаточно пригодной для осмысления и совершенствования практики. Возникла потребность в новом понимании природы жанра журналистского текста в современных условиях, в выявлении новых жанрообразующих факторов и в построении новой жанровой классификации, максимально адекватно отражающей текущие реалии.

Степень научной разработанности темы. Так как в данной работе жанр журналистского текста рассматривается как отражение внутренних и внешних трансформаций профессиональной деятельности журналиста, то теоретической базой исследования послужили теоретические подходы к описанию и объяснению цифровой трансформации медиасреды, к исследованиям текста в целом и медиатекста в частности и к жанрам журналистских текстов, к пониманию их сущности, построению типологии и изучению трансформации.

Цифровая трансформация медиасреды рассматривается как одно из проявлений глобальной цифровой трансформации, изменившей и политику, и экономику, и общество, и мировосприятие людей. О наступлении новой, цифровой эпохи и о появлении нового типа общества – информационного заговорили еще на заре цифровизации в 1980-1990-е годы¹. Тогда же встал вопрос о переосмыслении журналистики в контексте происходящего², о трансформации ее функций в ситуации перетекания аудитории в соцсети и краха традиционной рекламно-подписной бизнес-модели СМИ³. Медиатизация как интеграция медиа практически во все сферы жизни общества породила новую реальность, через призму которой люди воспринимают окружающий мир⁴. Медиаисследования же рассматриваются как междисциплинарная область, сочетающая социогуманитарные и естественно-научные подходы и

¹ См.: Тоффлер, Э. Третья волна. Пер. с англ. М.: ООО «Фирма «Издательство АСТ», 1999. 784 с.; Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура: Пер. с англ. М.: ГУ ВШЭ, 2000. 608 с. и др.

² См.: Deuze, M. (2005). What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism* 6: 442–464; Вартанова Е.Л. Теория СМИ. Актуальные вопросы. М.: МедиаМир, 2009. 488 с.; МакКуэйл Д. Журналистика и общество. Пер. с англ. М.: Медиамир, Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2014. 374 с.

³ См.: Основы медиабизнеса. Под ред. Е.Л. Вартановой. М.: Аспект Пресс, 2014. 400 с.; Vartanova E. (2019) Russian media: a call for theorising the economic change, *Russian Journal of Communication*, 11:1, 22–36.

⁴ См.: Самарцев О.Р. Цифровая реальность. Журналистика информационной эпохи: факторы трансформации, проблемы и перспективы. М.: «Издательские решения», 2018. 113 с.; Загидуллина М.В. Панмедиатизация: закат вербальной коммуникации: монография. Изд-во Челябинского гос. ун-та, 2019. 224 с.; Олешко Е.В. Конвергентная журналистика: Профессиональная культура субъектов информационной деятельности. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015. 128 с.

концепции⁵, а также требующая постоянной актуализации понятийного аппарата, адекватного складывающемуся медиакоммуникационному пространству⁶.

На уровне журналистской практики в фокусе внимания исследователей находится трансформация редакционных структур и рабочих процессов в редакциях⁷, автоматизация журналистской работы⁸ и новые требования к навыкам и компетенциям современного журналиста⁹. Особое внимание уделяется конвергенции и как технологии производства контента, и как характеристике современной медиапродукции¹⁰.

Исследуется взаимодействие и взаимовлияние СМИ и соцсетей, причем соцсети рассматриваются и как инструмент в работе журналиста¹¹, и как канал распространения контента СМИ¹², и как конкурентное медиаокружение¹³. Трансформация затронула и журналистское образование, что проявилось и в

⁵ См.: Вартанова Е.Л. Теория медиа: отечественный дискурс. М.: Фак. журн. МГУ; Изд-во Моск. ун-та, 2019. 224 с.; Корконосенко С.Г. Теория журналистики: от схематизма к реализму // Вопросы теории и практики журналистики. 2016. Т. 5. № 4. С. 536–545.

⁶ См.: Отечественная теория медиа: основные понятия. Словарь / под ред. Е.Л. Вартановой. М.: Фак. журн. МГУ, Изд-во Моск. ун-та, 2024. 175 с.; Корконосенко С.Г. Факторы модернизации терминологии в теории журналистики // Медиалингвистика. 2019. № 6 (3). С. 290–302.

⁷ См.: Вырковский А.В. Редакционный менеджмент в печатных и онлайн-массмедиа: процессный подход. М.: МедиаМир, 2016. 384 с.; Вирен, Г.В., Польшов В.А., Фролова Т.И. Информационные агентства: учебник и практикум для вузов. М.: Юрайт, 2022. 197 с.

⁸ См.: Caswell D., Dörr K. (2017): Automated Journalism 2.0: Eventdriven narratives, *Journalism Practice*, 12 (4), 477–496.

⁹ См.: Örnebring, H., Mellado C. (2018) Valued skills among journalists: An exploratory comparison of six European nations. *Journalism*. Vol. 19(4): 445–463; Papanagnou V. (2021) Who is a good journalist? Evaluations of journalistic worth in the era of social media. *Journalism*. 7: 1–17.

¹⁰ См.: Интернет-СМИ: теория и практика / под ред. М.М. Лукиной. М.: Аспект пресс, 2013. 348 с.; Мультимедийная журналистика / под ред. Качкаевой А.Г., Шомовой С.А. М.: Высшая школа экономики, 2017. 413 с.; Как новые медиа изменили журналистику / под ред. С.Д. Балмаевой и М.М. Лукиной. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. 304 с.

¹¹ См.: Adornato A. (2017) *Mobile and social media journalism: a practical guide*. California: CQ Press/SAGE. pp. 191; Flew T., Smith R. (2014) *New Media: An Introduction*. Ont.: Don Mills. pp. 336.

¹² См.: Al-Rawi A. (2017): Viral News on Social Media, *Digital Journalism*, 7 (1), 63–79; Чобанян К. В. Трансформация характеристик телевизионных видеонюостей на платформах VK и Telegram // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2024. № 5. С. 3–26.

¹³ См.: Bro P., Wallberg F. (2015) Gatekeeping in a Digital Era, *Journalism Practice*, 9:1, 92–105; Фролова Т.И. «Элитарные» СМИ в российской национальной медиасистеме // Язык и речь в Интернете: личность, общество, коммуникация, культура. Т. 2. М.: РУДН, 2025. С. 415–425.

наполнении учебных программ, и в компетентностной модели выпускника направления подготовки «Журналистика»¹⁴.

Исследования текста фокусируются на понимании его сущности, границ и заложенных в нем идей. При этом текст понимается не как вербальный продукт, а как информационный продукт любой формы, а также как результат восприятия и понимания произведения. Основные направления изучения текста – это исследование его знаковой природы и заложенных в них смыслов¹⁵, исследование текста как инструмента и процесса коммуникации¹⁶, выявление того, как текст соотносится с отображаемой действительностью¹⁷ (природа, культура, социум) и с другими текстами¹⁸ (порожден ими и сам является источником, а также частью более широкой текстовой сущности).

Последнее особенно актуально при анализе современных медиатекстов, в большинстве своем созданных на основе других медиатекстов. Поэтому ключевыми категориями исследования являются интертекстуальность¹⁹ как присутствие в тексте других текстов в виде культурных кодов различного вида, гипертекстуальность²⁰, проявляющаяся как дисперсность и возможность начать чтение с любого фрагмента, нелинейность как отсутствие центра текста, размытость его границ и вариативность понимания, и интерактивность как выбор читателем своего пути передвижения по тексту.

Традиционно медиатекст и журналистский текст трактовались как синонимы²¹, однако в современных условиях корректно будет разделять медиатекст как созданный в рамках коммуникативной культуры современных средств массовой коммуникации (включая блогосферу) и журналистский текст

¹⁴ См.: Журналистское образование в условиях конвергенции СМИ: монография. Под ред. Л.П. Шестеркиной. Челябинск: РЕКПОЛ, 2012. 114 с.; Donsbach W. (2014) Journalism as the new knowledge profession and consequences for journalism education. *Journalism* 15: 661–678.

¹⁵ См.: Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. Пер. с фр. М., Прогресс, 1989. 616 с.; Якобсон Р. В поисках сущности языка // Семиотика. Антология. М., Академический проект, 2001. С. 111–128.

¹⁶ См.: Земская Ю.Н., Качесова И.Ю., Комиссарова Л.М., Панченко Н.В., Чувакин А.А. Теория текста: учеб. пособие; под ред. А.А. Чувакина. М.: Флинта: Наука, 2010. 224 с.

¹⁷ См.: Анненкова И.В. Медиадискурс XXI века. Лингвофилософский аспект языка СМИ. М.: Изд-во Моск. ун-та; Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова. 2011. 392 с.; Ван Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. Б.: БГК им. И.А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. 308 с.; Богуславская В.В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. Анализ журналистских текстов. М.: Издательство ЛКИ, 2017. 280 с.; Трофимова, Г.Н., Барабаш В.В. Языковое послевкусие интернет-эпохи в России: эффект бумеранга (актуальные процессы в русскоязычной цифровой медиакommunikации): монография. Москва: РУДН, 2020. 273 с.

¹⁸ См.: Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. М.: «Языки русской культуры», 1996. 464 с.

¹⁹ См.: Валгина Н.С. Теория текста. М.: Логос, 2003. 280 с.; Панченко Н.В. От единиц текста к единицам композиции // Филология и человек. 2007. № 1. С. 45–56.

²⁰ См.: Лутовинова О.В. Гипертекст: понятие, основные характеристики, возможные подходы к лингвистическому анализу // Известия ВГПУ. 2009. № 2. С. 4–7.

²¹ См.: Солганик Г.Я. К определению понятий «текст» и «медиатекст» // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2005. № 2. С. 7–15.

как созданный журналистом для публикации в СМИ²². Также вводится понятие «мультимедиа-текст» как следующая эволюционная стадия медиатекста, допускающая различные формы его восприятия (вербальная, видео, звуковая)²³.

Исследования жанров журналистских публикаций начались в XX веке. При этом в России доминировал филологический подход, когда сущность жанра определялась через ключевые характеристики текста, а за рубежом – социологический, когда жанр понимался как коммуникативная ситуация, а текст – как оформление коммуникации. Первоначально жанры рассматривались в литературоведческой традиции. Истоками теории жанров стали работы М.М. Бахтина, выделившего первичные простые речевые жанры как стереотипы речевого поведения (например, реплики в диалоге) и вторичные сложные жанры, жанры больших письменных текстов, куда относятся и журналистские произведения²⁴.

Особый вклад в развитие отечественной теории жанров внесли исследователи факультета журналистики МГУ, предложившие целый спектр подходов к определению и типологии жанров журналистских текстов²⁵ и к обучению навыкам подготовки публикаций²⁶. Также следует отметить петербургских²⁷ и воронежских²⁸ исследователей, предложивших свои подходы и трактовки. Среди зарубежных работ интерес представляют прежде всего практикоориентированные учебные пособия по подготовке журналистских текстов, раскрывающие технологию подготовки публикаций в ряде наиболее используемых жанров²⁹.

Мультимедийные жанры журналистских публикаций исследованы в гораздо меньшей степени. В ряде работ они рассматриваются как

²² См. Дзялошинский И.М., Пильгун М.А. Современный медиатекст: особенности создания и функционирования. М.: Юрайт, 2022. 344 с.; Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. М.: Флинта. Наука. 2008. 263 с.

²³ См. Засурский Я.Н. Медиатекст в контексте конвергенции // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2005, № 2. С. 3–6.

²⁴ См.: Бахтин М.М. Литературно-критические статьи. М.: Художественная литература, 1986. 544 с.

²⁵ См.: Пельт В.Д. Дифференциация жанров газетной публицистики. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1984. 48 с.; Тертычный А.А. Жанры периодической печати. М., Аспект Пресс, 2017. 320 с.; Лазутина Г.В., Распопова С.С. Жанры журналистского творчества. М.: Аспект Пресс, 2011. 320 с.

²⁶ См.: Лукина М.М. Технология интервью. М.: Аспект Пресс, 2012. 188 с.; Шостак М.И. Новости прессы: заметки, репортажи, интервью. М.: МедиаМир, 2013. 192 с.

²⁷ См.: Ким М.Н. Технология жанра // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 9. Язык и литература. 2005. Вып. 1. С. 156–166; Мельник Г.С., Тепляшина А.Н. Основы творческой деятельности журналиста. СПб.: Питер, 2006. 272 с.

²⁸ См.: Кройчик, Л.Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста: учеб. пособие / под ред. С. Г. Корконосенко. СПб., 2000. С. 128–139.

²⁹ См.: Mencher M. (2011) News Reporting and Writing. NY: McGraw-Hill. pp. 640; Rich C. (2010) Writing and Reporting News. A Coaching Method. Boston: Wadsworth. pp. 552; Haller M. (2017) Die Reportage. Ein Handbuch fuer Journalisten. Konstanz: UVK. pp. 328.

традиционные жанры с мультимедийным иллюстрированием³⁰. В современной журналистской практике ведется активный поиск востребованных аудиторией мультимедийных жанров, и в работе это показано.

Таким образом, концептуально-теоретическую основу диссертационного исследования составили теоретические подходы, представленные в работах по цифровой трансформации медиасреды и технологической трансформации журналистской деятельности, по тексту в различном его понимании от вербального произведения до взаимодействия автора и читателя в контексте их фоновых знаний и исторической эпохи, а также работы по жанрам журналистских текстов и мультимедийных журналистских публикаций.

Научная новизна результатов исследования обусловлена тем, что в диссертации обосновано воздействие факторов трансформации журналистики на жанровую структуру журналистского творчества. Выявлены и систематизированы представления о жанрах и жанровых системах в России и за рубежом, а также и практика использования жанров в современных российских СМИ, включая представленные в СМИ мультимедийные жанры и форматы. Предложено деление жанров на базовые и производные для эффективного обучения навыкам подготовки текстов. Определены тренды дальнейшей трансформации жанров, такие как микроформы аналитических публикаций, конспективный пересказ чужих текстов и расширенные подписи под фото и видео. Расширено понимание жанра как отражения и журналистской практики, и медиапотребления аудитории, и места журналистики в ряду других производителей медиаконтента, а журналистского текста – среди медиатекстов других типов.

В качестве наиболее значимых достижений выделим следующие:

1. Впервые удалось системно выявить, описать и классифицировать сложившиеся и складывающиеся в практике СМИ текстовые и мультимедийные жанры и форматы журналистских публикаций;
2. Впервые удалось описать и осмыслить взаимосвязь между выбором жанровых решений в редакциях СМИ и факторами, влияющими на этот выбор в современных условиях: технологическими инструментами, находящимися в распоряжении журналистов, экономическим состоянием медиаотрасли и ресурсами, находящимися в распоряжении редакций, а также медиапотреблением современной аудитории и особенностями восприятия публикаций СМИ;
3. Впервые удалось выявить стратегии мультимедиазации медиаконтента в современных российских СМИ и влияние этих стратегий на популярность СМИ в интернет-пространстве;
4. Впервые удалось показать взаимовлияние соцсетей и СМИ на жанровом уровне, построить типологию жанров публикаций соцсетей и соотнести эти жанры с жанрами журналистики;

³⁰ См.: Универсальная журналистика: учебник для вузов / под ред. Л.П. Шестеркиной. М.: Издательство «Аспект Пресс», 2016. 476 с.; Тертычный А.А. Особенности жанрообразования в интернет-СМИ // Научные ведомости БелГУ. 2013. № 6. С. 172–179.

5. Впервые был разработан и обоснован подход, заключающийся в делении журналистских жанров на базовые и производные, что полезно в осмыслении журналистской практики и при обучении навыкам подготовки журналистских текстов.

Объектом исследования в данной диссертации являются жанры современных журналистских текстов как результат цифровой трансформации медиа в контексте формирования новой жанровой системы.

Эмпирический объект исследования представляет собой текстовые и мультимедийные публикации современных российских СМИ, причем публикации рассматриваются и в аспекте их структурно-содержательных характеристик, и с позиции работы над ними, и с учетом их восприятия аудиторией, а также востребованности жанров журналистских текстов различными информационными ресурсами.

Предмет исследования – содержательные, композиционные, технологические, экономические, потребительские и другие аспекты формирования и функционирования жанров журналистских текстов в условиях продолжающейся цифровой трансформации медиасреды, включая мотивы использования жанров журналистами и другими авторами, представленность жанров в медиа разных видов и влияние жанров на восприятие публикаций аудиторией.

Хронологические рамки исследования охватывают период с 2015 по 2025 год. Выбор данного десятилетия объяснен тем, что именно тогда наиболее ярко проявились те факторы, которые сформировали современную жанровую систему в ее нынешнем виде. Это и появление быстрого и дешевого мобильного интернета, и превращение смартфонов в основной гаджет для потребления медиаконтента, и практически тотальное распространение социальных сетей, заменивших собой СМИ для части аудитории.

Цель исследования – выявить характеристики современного журналистского текста как результата трансформации жанровой структуры журналистского творчества, зафиксировать сложившиеся и складывающиеся в цифровой среде жанры журналистских текстов и публикаций с текстовой основой, осмыслить сущность и природу жанра в новых условиях.

Для достижения поставленной цели был сформулирован следующий круг **задач исследования**:

1. Выявить современное состояние традиционных, характерных для прессы, жанров журналистских текстов, представленность этих жанров в СМИ и их восприятие аудиторией. Зафиксировать и показать новые тенденции формирования медиаконтента СМИ, обусловленные трансформацией жанров. На основе этого сделать вывод о современном использовании традиционных жанров журналистских текстов в СМИ;

2. Выявить новые жанры и форматы журналистских текстов и мультимедийных публикаций с текстовой основой. Установить их представленность на сайтах СМИ. Выявить типы мультимедийных элементов и их роль в публикациях. Описать стратегии мультимедиатизации медиаконтента

современных российских СМИ. Зафиксировать современное состояние формата мультимедийный лонгрид как ключевой разновидности креолизованного текста;

3. Выявить взаимовлияние журналистики и блогосферы на жанры журналистских публикаций. Зафиксировать сложившиеся и складывающиеся жанры и форматы публикаций наиболее популярных блогов основных соцсетей и их соотношение с журналистикой по тематике и функциям с учетом особенностей различных соцсетей;

4. Проследить влияние трансформации жанров на редакционную политику современных СМИ. Выявить представленность жанров журналистских текстов в редакционных руководствах. Выявить влияние технологических, экономических и аудиторных факторов на выбор жанровых решений в редакциях СМИ.

5. Адаптировать выявленные закономерности к целям журналистского образования для эффективного обучения навыкам подготовки современных журналистских текстов. Предложить авторскую методику обучения написанию текстов на основе жанров как алгоритмов решения задач журналистской практики и как образовательной технологии.

Методика исследования. Методологической рамкой послужили представления о диалектической природе жанра как типа произведения и как метода познания действительности при решении творческих задач. Эмпирические данные были собраны методами *контент-анализа, анкетирования, полуструктурированного интервью и изучения документов*. Аналитическая часть работы выполнена методами *сопоставительного анализа, исторического анализа и структурного анализа*.

Эмпирическая база исследования включает в себя результаты контент-анализа 4 тыс. публикаций СМИ и 900 публикаций соцсетей, результаты структурного анализа 10 публикаций СМИ, результаты анкетирования 225 журналистов и полуструктурированных интервью с 24 журналистами, а также результаты анализа 11 редакционных руководств современных российских СМИ. Прежде всего исследовались федеральные и самые популярные региональные СМИ как наиболее четко отражающие тренды. В рамках подготовки данной работы выявлялись представленность жанров журналистских текстов в современных СМИ, структурно-композиционные особенности мономедийных больших текстов в современных СМИ, представленность в СМИ мультимедийных жанров и форматов, в том числе мультимедийных форматов новостных сообщений и мультимедийных лонгридов, с построением типологии публикаций в каждом из случаев, читаемость публикаций различных жанров аудиторией онлайн-СМИ, описание и осмысление жанровых решений журналистами и редакторами, а также использование журналистских жанров топовыми блогерами, и жанровая структура русскоязычных *Telegram*-каналов категории «Новости и СМИ». Подробнее принципы формирования исследуемой выборки описаны в работе при презентации результатов каждого из этапов исследования.

Положения, выносимые на защиту:

1. Цифровизация радикальным образом изменила представленность жанров журналистских текстов в СМИ. Среди традиционных жанров в СМИ доминируют различные формы новостных публикаций. Большинство новостей основаны на информации из одного источника, а их информповоды, как правило, относятся к одному из трех типов: «громкая» тема, жизнь знаменитостей, чрезвычайное происшествие. На выбор жанров влияет медиапотребление аудитории. Малые экраны, низкая концентрация внимания читателей и сверхконкуренция за это внимание вынуждают журналистов сокращать и упрощать материалы. Большие сложные жанры становятся признаком элитарности СМИ и аудитории.

2. Под влиянием цифровизации появляются новые жанры, являющиеся сокращенной версией старых. Например, дайджест как краткий пересказ статьи, интервью-пересказ как изложение беседы в косвенной речи и расширенная новость-конспект как сжатая до ключевых тезисов новость с элементами аналитики. Уменьшение объема приводит к потере значимых подробностей и взаимосвязей и, как следствие, к упрощениям и искажениям на смысловом уровне.

3. В цифровой среде журналистика становится все более вторичной, фокусирующейся в большей мере на переупаковке имеющейся информации, чем на поиске и осмыслении новой. Нормой становится подача одной и той же информации в различных жанрах и форматах и на различных платформах (печать, эфир, сайт, соцсети). Происходит разрыв между характерным для жанров содержательно-формальным единством. Текст распадается до элементов контента, а значительную часть работы журналистов составляет рекомбинирование этих элементов в новые публикации. Целью же такого творчества является достижение максимального объема аудитории через трансляцию идентичной информации в различных формах и на различных каналах.

4. Конвергенция стала нормой на уровне СМИ в целом, но не на уровне отдельных материалов. Доля мультимедийных публикаций на сайтах СМИ варьируется от единичных до большинства. Выявлены три стратегии мультимедиатизации: исключительная (единичные мультимедийные публикации), избирательная (мультимедийных публикаций – меньшинство) и максимальная (мультимедийный контент доминирует). Креолизованные тексты (с избыточными мультимедийными элементами, не дублирующими изложенное в тексте) в СМИ представлены крайне редко. Формат мультимедийный лонгрид в большинстве даже наиболее популярных СМИ не представлен.

5. В цифровой среде журналистский текст конкурирует за внимание аудитории с текстами других типов, прежде всего с блогерскими и пользовательскими. Однако блогерский и пользовательский контент ориентирован прежде всего на развлечение и не конкурирует с журналистским в освещении актуальных социально значимых событий и проблем. В наиболее

популярных блогах всех основных соцсетей, за исключением Telegram, журналистские жанры практически не представлены, а доминируют в блогосфере простые речевые жанры межличностной коммуникации, такие как вопрос, обещание или призыв.

6. Соцсеть-мессенджер Telegram, ставший к середине 2020-х годов одним из основных источников общественно-политической информации для значительной части российской аудитории, породил собственную жанровую систему. В ее основе – смешение фактов и мнений в новостях, редукция сложных жанров традиционных СМИ до ключевых тезисов и развернутое анонсирование текстов и видео, допускающее последующий отказ от чтения или просмотра. Популярность Telegram связана в том числе с адаптацией жанрово-форматных характеристик публикаций к медиапотреблению современной аудитории.

7. В редакционной практике выбор жанров определяют прежде всего технологический, экономический и аудиторный факторы. В редакционных руководствах доминируют различные формы новостных публикаций как наиболее представленные в современных СМИ. Кризис рекламно-подписной бизнес-модели заставляет максимально удешевлять контент, сокращать долю трудоемких жанров, таких как репортаж и очерк. Стремление же привлечь трафик через новостные агрегаторы вынуждает унифицировать медиаконтент, сводя жанровую палитру к триаде «новость – недолонгрид (поверхностная аналитика) – лонгрид (большой текст аналитического или развлекательного характера)».

8. Для обучения навыкам подготовки текстов автором предложена методика, заключающаяся в разделении жанров на базовые и производные. Базовые жанры, такие как новость, репортаж, интервью, колонка, статья, портрет, позволяют сфокусировать внимание на принципах создания текстов соответствующего жанра. Освоение принципов происходит пошагово, от элементов текста к тексту в целом, что позволяет эффективно овладеть жанром как технологией. Производные жанры – это разновидности базовых с учетом формата СМИ, особенностей ситуации и задачи, стоящей перед журналистом, однако основанные на тех же принципах.

Достоверность результатов, полученных в ходе исследования, обеспечивается открытостью использованных источников – публикаций СМИ и блогов, а также корректностью и научным обоснованием методологии исследования.

Филологический аспект работы заключается в том, что исследование касается таких ключевых для филологии концептов, как текст, медиатекст и жанр. Причем каждый из этих концептов уточняется с учетом влияния на него цифровой трансформации.

Теоретическая значимость результатов исследования. В рамках работы зафиксировано и подкреплено новое понимание жанра как отражения трансформаций профессиональной деятельности журналиста, как внутренних, находящихся в рамках медиаотрасли, так и внешних по отношению к

медиаотрасли. Работа вводит в научный оборот целый ряд концептов, касающихся исследуемой темы. Это деление жанров журналистских текстов на базовые и производные с описанием перечня и характеристик базовых. Это выявление стратегий мультимедиатизации журналистских публикаций, используемых в современных российских СМИ. Это выявление и типология мультимедийных жанров и форматов журналистских публикаций, а также жанров и форматов блогосферы. Работа может служить теоретической и методологической базой для дальнейших исследований жанров журналистских публикаций в цифровой среде.

Практическая значимость результатов исследования. В области высшего образования материалы диссертации могут быть востребованы при разработке и преподавании учебных дисциплин, связанных с подготовкой журналистских публикаций, по направлениям подготовки УГСН 42.00.00 «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело» (42.03.02 «Журналистика», 42.03.05 «Медиакоммуникации»). В рамках журналистской практики материалы диссертации позволят сотрудникам СМИ оптимизировать свои усилия при подготовке публикаций, а также расширят их представление о возможных жанрово-форматных решениях при выполнении редакционных задач.

Апробация и внедрение результатов. Результаты исследования представлялись в форме панельных и пленарных докладов на следующих научных конференциях: «Журналистика в 2025 году: творчество, профессия, индустрия. Международная научно-практическая конференция» (Москва, 2026), «Журналистика в 2024 году: творчество, профессия, индустрия. Международная научно-практическая конференция» (Москва, 2025), Международная научно-практическая конференция «Медийный и литературный дискурсы в контексте современной культуры: тенденции, проблемы и перспективы» (Астана, 2025), XIV международная научно-практическая конференция НАММИ «Актуальные проблемы медиаисследований – 2024» (Москва, 2024), «Цифровая эволюция журналистики: вызовы и возможности» (Саранск, 2024), XVI Международные научные чтения в Москве «СМИ и массовые коммуникации – 2024» (Москва, 2024), «Журналистика в 2023 году: творчество, профессия, индустрия. Международная научно-практическая конференция» (Москва, 2024), «Актуальные проблемы медиаисследований – 2023. XIII международная научно-практическая конференция НАММИ» (Москва, 2023), «XV Международные научные чтения в Москве «СМИ и массовые коммуникации – 2023» (Москва, 2023), «Актуальные проблемы медиаисследований – 2022. XII международная научно-практическая конференция НАММИ» (Москва, 2022), «Журналистика в 2021 году: творчество, профессия, индустрия. Международная научно-практическая конференция» (Москва, 2022), «XIV Международные научные чтения в Москве «СМИ и массовые коммуникации – 2022» (Москва, 2022), «Актуальные проблемы медиаисследований – 2021. XI международная научно-практическая конференция НАММИ» (Москва, 2021),

«Журналистика в 2020 году: творчество, профессия, индустрия. Международная научно-практическая конференция» (Москва, 2021), Международный научный конгресс «Язык. Текст. Медиа» (Киров, 2021), «XII Международные научные чтения в Москве «СМИ и массовые коммуникации – 2020» (Москва, 2020), «XI Международные научные чтения в Москве «СМИ и массовые коммуникации – 2019» (Москва, 2019), «Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия. Международная научно-практическая конференция» (Москва, 2018), «Актуальные проблемы медиаисследований – 2018. VIII международная научно-практическая конференция НАММИ» (Москва, 2018), «X Международные научные чтения в Москве «СМИ и массовые коммуникации – 2018» (Москва, 2018), «Актуальные проблемы медиаисследований – 2017. VII международная научно-практическая конференция НАММИ» (Москва, 2017), «Журналистика в 2016 году: творчество, профессия, индустрия. Международная научно-практическая конференция» (Москва, 2017), «VIII Международные научные чтения в Москве «СМИ и массовые коммуникации – 2016» (Москва, 2016), «Журналистика в 2015 году: творчество, профессия, индустрия. Международная научно-практическая конференция» (Москва, 2016), «Актуальные проблемы медиаисследований – 2015. IV международная научно-практическая конференция НАММИ» (Москва, 2015).

Материалы, представленные в диссертации, были использованы автором при разработке и преподавании ряда дисциплин, реализуемых кафедрой цифровой журналистики и входящих в учебный план факультета журналистики в соответствии с Образовательными стандартами МГУ имени М.В. Ломоносова по направлениям подготовки «Журналистика» (42.03.02, 42.04.02):

«Основы журналистики» (бакалавриат, очная форма обучения, базовая часть Основной образовательной программы, потоковая дисциплина, лекции, 10 академических часов);

«Основы журналистики» (бакалавриат, очно-заочная форма обучения, базовая часть Основной образовательной программы, потоковая дисциплина, лекции, 10 академических часов);

«Основы подготовки текстов для печатных и интернет-изданий» (бакалавриат, очная форма обучения, вариативная часть Основной образовательной программы, дисциплина профессионального модуля-1 «Цифровая периодика», 108 академических часов);

«Интервью: жанр и метод» (бакалавриат, очная форма обучения, вариативная часть Основной образовательной программы, специальный семинар, 18 академических часов);

«Репортаж и репортажность: жанр и способ подачи материала» (бакалавриат, очная форма обучения, вариативная часть Основной образовательной программы, специальный семинар, 18 академических часов);

«Технологии цифровой журналистики» (магистратура, очная форма обучения, базовая часть Основной образовательной программы, дисциплина программы «Цифровая журналистика», 32 академических часа);

«Современный журналистский текст: технология подготовки» (магистратура, очная форма обучения, вариативная часть Основной образовательной программы, дисциплина программы «Цифровая журналистика», специальный курс, 18 академических часов).

Также материалы, представленные в диссертации, послужили основой для написания учебников и учебных пособий по подготовке журналистских публикаций:

Колесниченко А.В. Техника и технология СМИ. Подготовка текстов. Учебник и практикум для академического бакалавриата. Гриф УМО. М.: Юрайт, 2017. 292 с. Объем 10,5 а. л.

Колесниченко А.В. Практическая журналистика: 25 мастер-классов. М.: Аспект Пресс, 2018. 168 с. Объем 6,5 а. л.

Колесниченко А.В. Настольная книга журналиста. М.: Аспект Пресс, 2013. 400 с. Объем 12 а. л.

Колесниченко А.В. Практическая журналистика. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2008. 192 с. Объем 7,5 а. л.

Основные результаты, положения и выводы диссертационного исследования опубликованы в 18 научных работах общим объемом 15,0 авторских листов, в том числе в 17 научных работах общим объемом 14,2 авторских листов в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных для защиты в диссертационном совете МГУ имени М.В. Ломоносова по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика и отрасли наук.

Структура работы обусловлена сформулированными в рамках исследования задачами. Диссертация состоит из введения, пяти глав, каждая из которых включает введение и краткие выводы, заключения и списка литературы и источников, перечня иллюстративного материала и приложения.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обоснована актуальность темы, выявлена степень ее научной разработанности, определены объект и предмет исследования, отмечены хронологические рамки, сформулированы цель и задачи, обозначена методика исследования и его эмпирическая база, даны положения, выносимые на защиту, указана новизна исследования, выделен филологический аспект, обосновано теоретическое и практическое значение работы, а также приведены сведения об апробации и внедрении полученных результатов. Введение завершается характеристикой структуры диссертации.

В главе 1 **«Журналистский текст в массовой коммуникации»** рассмотрены концептуальные подходы к цифровой трансформации медиасреды и цифровой трансформации журналистики. Показана связь глобальных трансформационных процессов, происходящих в медиа и в других сферах, влияющих на медиа, с современным состоянием журналистского текста, его ключевыми характеристиками и местом в системе средств массовой коммуникации.

Параграф 1.1. «Современное медиапространство как среда существования журналистского текста» посвящен выявлению факторов, влияющих на журналистский текст и на его жанр с учетом продолжающейся цифровой трансформации медиа.

Медиапространство для целей данной работы определяется как совокупность медиаконтента, его производителей и каналов его распространения. Медиапространство как среда существования журналистского текста влияет на его различные аспекты, в том числе на жанровые характеристики, определяя и технологию создания текста, и процесс восприятия текста аудиторией, и связь текста с отображаемой в нем реальностью. Особенность же современного медиапространства состоит в том, что оно включает в себя разнообразные формы медиапродукции, распространяемой на различных носителях и созданной как институционализированными, так и не институционализированными производителями, причем роль вторых сопоставима с ролью первых, а также аудиторию во всем разнообразии ситуаций медиапотребления.

Ключевым фактором, формирующим медиапространство, является доминирующая технология фиксации и распространения информации. Важнейшие концепты современного медиапространства – это **цифровизация и медиатизация**. Цифровизация означает внедрение технологий, основанных на использовании цифровых форматов информации, в различные сферы человеческой деятельности. Под медиатизацией же понимается метапроцесс, характеризующийся возрастающим влиянием медиа на все общественные сферы и проникновением медиалогии в повседневную жизнь социума.

Современное медиапространство осмысливается как цифровое, несмотря на то, что традиционные СМИ продолжают выходить, причем даже бумажная пресса. Однако в фокусе внимания исследователей находится прежде всего цифровизация, причем те ее аспекты, которые оказывают наиболее существенное влияние на СМИ. Это медиаконвергенция и мультимедиатизация медиаконтента, влияние на медиасистему социальных сетей и блогерского контента, а также поиск новых бизнес-моделей СМИ в связи с тем, что традиционные для медиа рекламно-подписная и чисто рекламная бизнес-модели в цифровом пространстве оказываются значительно менее эффективны.

Глобальной тенденцией является унификация форматов медиаконтента. Это проявляется и в глокализации (одомашнивании) медиапроектов, созданных по зарубежным концепциям, и в повсеместном увеличении иллюстративности текстовых публикаций при сокращении объема текстов, и в распространении мультимедийных форм³¹. Еще одна глобальная тенденция – сокращение цикла производства медиаконтента. В технологическом процессе современных медиа стадия обработки, редактуры и интерпретации информации сведена к минимуму либо вовсе отсутствует.

Медиапотребление современной аудитории существенно отличается и от аудитории традиционных СМИ, и от интернет-аудитории 1990-2000-х гг.

³¹ Вартанова Е.Л. Теория СМИ. Актуальные вопросы. М.: МедиаМир, 2009, С. 28–30.

Это связано со способом ее взаимодействия с медиаконтентом: с малых экранов смартфонов, в любое время в любом месте и с возможностью быстрой загрузки видео.

В ситуации изобилия контента, бесплатного, эмоционально привлекательного, доступного в любом месте, мультимедийного, краткого и легкого для восприятия, СМИ вынуждены подавать свой контент аналогичным образом. Конкурентоспособный в современном медиапространстве журналистский текст должен быть кратким, легко воспринимаемым, содержать визуальный компонент (в идеале – мультимедиа, причем тоже короткое и легко воспринимаемое), цеплять эмоционально и удобно просматриваться на смартфоне.

Параграф 1.2. «Трансформация функций журналистики и современный журналистский текст» рассматривает цифровую трансформацию жанров журналистского текста через призму трансформации функций журналистики. Отмечается, что в цифровую эпоху границы между функциями журналистики становятся более размытыми. Так информационная функция может сочетаться с развлекательной, а коммуникативная – с функцией социализации как передачи норм, ценностей и моделей поведения³². При этом в исследовательской среде сложился целый спектр подходов к функциям журналистики, и наиболее значимыми признается влияние на общественную жизнь и мировоззрение аудитории³³.

Понимание функций журналистики в России представителями власти, представителями аудитории и журналистами различно. Представители власти рассматривают журналистику как средство управления обществом. У аудитории на первый план выходит информационная, просветительская и развлекательная функции. Журналисты на первый план ставят организацию общественного диалога для решения социально-значимых проблем и контроль за деятельностью власти и бизнеса. С точки зрения же медиаменеджеров важнейшей является бизнес-составляющая медиапредприятия³⁴.

Эклектичность сложившейся в России профессиональной журналистской культуры – следствие неоднородности опыта различных поколений журналистов в связи с постоянной трансформацией журналистики, конфликтом советских, постсоветских и англосаксонских ценностей и различиями в журналистской практике на различных уровнях медиасистемы от глобального и национального до локального и гиперлокального³⁵.

³² См. Варганова Е.Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. М.: МедиаМир, 2014. 278 с.

³³ См. Варганова Е.Л. Функции журналистики: традиционные и актуальные подходы // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2024. № 6. С. 3–30.

³⁴ См. Журналистика в информационном поле современной России: должное и реальное (по результатам исследования). Коллективная монография / Под ред. Г.В. Лазутиной. М.: Аспект Пресс, 2018. 176 с.

³⁵ Нигматуллина К.Р. Профессиональная журналистская культура в современной России. Диссертация на соискание ученой степени доктора политических наук. Санкт-Петербург, 2021. С. 22–24.

Ключевое последствие цифровизации заключается в том, что в современном медиaprостранстве любая из функций журналистики (информационная, установление связи между социальными институтами, просветительская, формирование общественного мнения, формирование ценностей, интегративная, развлекательная, рекламная и др.) может быть реализована без участия СМИ – через сайты и паблики в соцсетях.

Под влиянием цифровизации трансформируются также социально-функциональные роли журналиста. Традиционные роли – это производитель контента (автор), упаковщик контента (редактор) и организатор (тот, кто инициирует активность аудитории, например, сбор денег на дорогостоящее лечение нуждающемуся). Эти роли остаются у СМИ, но отходят на второй план.

На первый план же в онлайн-пространстве выходят роли **диспетчера, модератора и фактчекера**. Роль диспетчера заключается в управлении пользовательским вниманием в рамках заданной темы. Это модификация традиционной роли «привратника» (англ. Gatekeeper) в ситуации, когда пользователи сами могут формировать свою информационную повестку. Роль модератора заключается в управлении дискуссией на различных интернет-площадках (форумы, соцсети) для поддержания интереса к медиа, которое представляет журналист, и для побуждения пользователей интернета самих производить контент, хотя бы в форме комментариев и реакций.

Такой подход трансформирует понимание журналистики из деятельности по производству медиаконтента в деятельность по его верификации, упорядочиванию и адекватному объяснению для экономии времени, сил и внимания аудитории. Создание текстов, главным образом, на основе чужих текстов, трансформирует работу журналиста и выводит на передний план жанры, не требующие личного присутствия журналиста на месте события и личного общения с ньюсмейкерами. Это различные виды новостных заметок для информирования аудитории, авторская колонка как основной способ осмысления происходящего и история, сочетающая факты и домыслы, как развлекательный жанр.

В параграфе 1.3. «*Журналистский текст как разновидность медиатекста*» на основе теоретических подходов к исследованию текста в целом, а также медиатекста и журналистского текста в частности, выявлены и осмыслены теоретические рамки, которые позволяют проанализировать происходящее с журналистским текстом и его жанром как важнейшей характеристикой.

Журналистский текст здесь выступает как вербальный продукт журналистского творчества, отражающий состояние массово-информационной сферы. На журналистский текст влияют и реализуемые через него функции журналистики, и транслируемый через него контент, включая факты и смыслы, и ориентирование на аудиторию, ее медиапотребление и медиавосприятие.

Синонимичное понимание медиатекста и журналистского текста было допустимо в доцифровую или раннецифровую (до появления блогосферы)

эпоху, когда основной массив медиатекстов действительно составляли тексты, опубликованные в СМИ. В современных же условиях корректно будет *разделять медиатекст как созданный в рамках коммуникативной культуры современных средств массовой коммуникации (включая блогосферу) и журналистский текст как созданный журналистом для публикации в СМИ.*

В цифровом пространстве с учетом доминирования в нем вторичной журналистики одним из свойств журналистского текста становится дискретность, проявляющаяся в форме приращения базового факта (случилось нечто) квантами дополнительных новых сведений (подробности, позиции сторон, предыстория, прогнозы, экспертные оценки и др.). Единичный текст становится частью информационного потока в рамках заданной темы. С учетом же интертекстуальной природы такого текста и гипертекстуальности происходит размывание границ текста.

Меняется и потребление текста. Заинтересовавшийся темой читатель сталкивается с множеством однотипных текстов с привлекательными заголовками (зачастую заголовки и являются ключевыми различиями между текстами) и вынужден просматривать эти тексты в поисках тех самых новых квантов информации.

В результате выявленных тенденций в значительной мере нивелируются ключевые функции журналистики, такие как информационная, идеологическая, культурно-просветительская. Но при этом журналистский текст остается самой качественной составляющей современного медиaproстранства, не дающей деградировать до простых речевых жанров блогосферы в плане формы публикаций и до заведомо недостоверных манипулятивных рекламно-пропагандистских текстов в плане содержания.

В главе 2 **«Эволюция жанров текстовой журналистики в контексте российских и зарубежных теорий»** рассмотрено становление и развитие жанров журналистских публикаций в историческом, культурном и исследовательском контекстах. Разобраны советские, постсоветские и зарубежные подходы к жанрам журналистских текстов.

Параграф 2.1. *«Журналистский жанр как тип произведения и тип творчества»* посвящен рассмотрению подходов к понятию, сущности и природе жанра.

Указывается, что первоначально жанры рассматривались в литературоведческой традиции. Истоками теории жанров стали работы М.М. Бахтина, выделившего первичные простые речевые жанры как стереотипы речевого поведения (например, реплики в диалоге) и вторичные сложные речевые жанры и жанры больших письменных текстов, куда относятся и журналистские произведения³⁶.

В числе первых системных работ по жанрам журналистских текстов следует упомянуть вузовский учебник М.С. Черпахова³⁷. Один из

³⁶ См. Бахтин М.М. Проблема речевых жанров // В сборнике «Литературно-критические статьи». М., Художественная литература, 1986. С. 432.

³⁷ Жанры советской газеты. Под ред. М.С. Черпахова. М., Высшая школа, 1972.

основоположников советской теории жанров журналистских текстов В.Д. Пельт определял жанр как «литературную или публицистическую форму отражения объекта, жизненной ситуации, фактов или явлений действительности, обладающую устойчивыми признаками»³⁸. Этот подход в дальнейшем развил А.А. Тертычный, определивший жанр как «устойчивый тип публикаций, объединенных сходными содержательно-формальными признаками» и предложивший три ключевых жанрообразующих признака: предмет отображения, цель журналистского творчества и методы познания действительности³⁹.

Среди других подходов к пониманию жанра нужно отметить работы Е.И. Пронина, Г.В. Лазутиной, Л.Е. Кройчика и ряда других авторов. В качестве жанрообразующих признаков в этих работах помимо вышеперечисленных упоминаются глубина анализа действительности, своеобразие предмета или явления, потребность общества, на удовлетворение которой нацелена публикация, масштаб отображаемой действительности, средства отображения, оценочные элементы в тексте и др.

В современной теории журналистики жанр рассматривается и как совокупность признаков, отличающих одну группу текстов от другой, и как способ организации материала, и как угол зрения автора, предопределяющий его видение действительности, отбор фактов и способов их отражения.

Автором предлагается гибкий подход к определению конкретного перечня сущностных характеристик жанра как произведения и жанра как технологии в зависимости от задач в рамках журналистской практики либо теоретических исследований. При этом сами характеристики могут дифференцироваться, что в свою очередь станет дополнительным ресурсом жанротворчества. Например, в определенных ситуациях жанрообразующей характеристикой может стать тематика либо присутствие в публикации элементов другого жанра (диалогичность, репортажность, комментарийность).

В параграфе 2.2. «Становление текстовых жанров журналистских публикаций» изложена история жанров журналистских публикаций начиная от преджурналистских форм публицистики древности и средневековья и заканчивая появлением электронных СМИ в XX веке.

Специфичные для журналистики информационные (хроника, репортаж) и комментарийные (прокламация, инвектива, манифест) жанры зародились в XVII-м веке с появлением в Европе печатных газет. В XIX веке начала складываться новостная журналистика. Появился жанр рецензии как отзыва на художественное произведение. Возникли жанры интервью, журналистское расследование, пародия и фельетон как сатира (первоначально фельетоном называли литературную вкладку в газету).

В XX веке развитие советской и западной журналистики шло по разным траекториям. В советской журналистике основными жанрами стали очерк и

³⁸ См. Пельт В.Д. Жанры советской газеты: метод. указ. для студ. фак. и отд. Журналистики ун-тов. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1987. С. 5–8.

³⁹ Тертычный А.А. Жанры периодической печати. М., Аспект Пресс, 2017. С. 13–50.

фельетон. Кроме того, активно публиковались заметки, зарисовки, письма. За рубежом же (речь идет о европейской и американской журналистике) развивались новостные жанры, а также жанры, сочетающие наглядность и аналитичность (фичер, документальный роман, газетный сериал и др.).

В параграфе 2.3. «*Советская школа исследования жанров журналистских текстов*» описана история осмысления жанровой структуры журналистского творчества в контексте развития журналистского образования в СССР.

Отмечено, что журналистское образование в СССР возникло в 1920-е годы, однако первые работы по жанрам датируются 1940-ми годами. Особенно вырос интерес к жанрам в 1960-1970-е годы. Знаковым здесь является выход в 1972-м году вузовского учебника «Жанры советской газеты»⁴⁰, где описаны более десяти практикуемых в то время жанров журналистских текстов.

Особый вклад в исследование жанров внес В.Д. Пельт, систематизировавший и описавший жанры публикаций советской прессы⁴¹. Жанры он делил на три группы – информационные, аналитические и художественно-публицистические в зависимости от цели автора.

Советская школа исследования жанров заложила основы жанровой теории, остающиеся актуальными до сих пор, несмотря на значительное изменение жанровой структуры журналистского творчества. И с учетом того, что в 1990-е годы после распада СССР российская журналистика под влиянием воспринимаемой тогда за образец англо-саксонской начала трансформироваться от аналитической и публицистичной в информационную и развлекательную.

В параграфе 2.4. «*Постсоветские жанровые теории и классификации*» представлены актуальные на данный момент исследовательские подходы к жанрам журналистских текстов.

Идеи В.Д. Пельта получили развитие в работах А.А. Тертычного, создавшего наиболее развернутую жанровую систему из всех существующих на данный момент и включающую 68 жанров⁴², разделенных на три группы (информационные, аналитические, художественно-публицистические). Аналогичное деление жанров на те же три группы, однако с иным наполнением этих групп, предлагали другие исследователи. В частности, А.А. Грабельников, М.Н. Ким, Г.С. Мельник и А.Н. Тепляшина.

В качестве альтернативных подходов к выделению жанров и групп жанров следует отметить подходы С.М. Гуревича, Г.В. Лазутиной и С.С. Распоповой, Л.Е. Кройчика и А.Л. Дмитровского. Так С.М. Гуревич разделил жанры на шесть групп в зависимости от предмета отображения, задач публикации и стилистических особенностей⁴³. У Г.В. Лазутиной и С.С.

⁴⁰ Жанры советской газеты. Под ред. М.С. Черепанова. М., Высшая школа, 1972. 424 с.

⁴¹ См. Теория и практика советской периодической печати. Под ред. В.Д. Пельта. М.: Высш. шк., 1980. 376 с.

⁴² См. Тертычный А.А. Жанры периодической печати. М., Аспект Пресс, 2017.

⁴³ См. Гуревич С.М. Номер газеты. М.: Аспект пресс, 2002.

Распоповой в качестве критериев для жанровой классификации используются метод, функция и тематика. В результате появляются такие группы жанров как смеховые, культурно-просветительские, очерковые⁴⁴. Л.Е. Кройчик в качестве оснований для классификации жанров использовал триаду предмет (новость или проблема) – метод (фрагментарное или обстоятельное осмысление) – эффект (воздействие на аудиторию на логико-понятийном или понятийно-образном уровне)⁴⁵. А.Л. Дмитриевский же в качестве жанровых групп выделил журнализм (информирование), публицистика (убеждение) и беллетристика (развлечение)⁴⁶.

Автор данной работы предлагает свой подход к типологизации жанров. Подход заключается в разделении жанров на базовые (принципы создания текстов, направленных на решение типовых задач журналистской практики), обозначаемые также как типы письма, и производные, являющиеся модификацией базовых. Базовые жанры с их кратким описанием и с примерами производных жанров соответствующих групп приведены в таблице 1.

В параграфе 2.5. *«Зарубежные подходы к жанрам текстовых публикаций»* отмечены особенности зарубежных, главным образом, западных исследований жанров журналистских текстов.

Если в России жанры изучались в рамках прежде всего филологического подхода, фокусировавшего внимание на внутритекстовых и межтекстовых взаимодействиях, то за рубежом доминирует подход социологический, когда под жанрами понимаются воспроизводимые коммуникативные шаблоны, обусловленное и более или менее схематизированное использование языка в конкретной ситуации или виде деятельности. С появлением интернета и особенно соцсетей в число этих условий вошел интерфейс компьютерных программ и платформ, влияющий на создание и восприятие текста.

Необходимо упомянуть о различиях между европейским и американским подходом к жанрам журналистских текстов. Для европейского подхода характерно присутствие как информационных, так и публицистических жанров. Так в немецкой журналистике сложилось деление жанров на информационные (Informierende), комментарийные (Meinungsaussprechende) и развлекательные (Unterhaltende). В рамках же американского подхода публицистика сведена к колонкам-эссе, а основной массив публикаций подразделяется на новостные и историко-аналитические, обобщенно обозначаемые как фичеры (Features).

⁴⁴ См. Лазутина Г.В., Распопова С.С. Жанры журналистского творчества. М.: Аспект Пресс, 2011.

⁴⁵ Кройчик, Л.Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста: учеб. пособие / под ред. С.Г. Корконосенко. СПб., 2000. С. 125–168.

⁴⁶ См. Дмитриевский А.Л. Жанры журналистики // Ученые записки Орловского государственного университета – 2014 – № 4 – С. 149–158.

Таблица 1. Жанровая система А.В. Колесниченко

Базовый жанр	Краткое описание	Производные жанры
Новость	Изложение информации по убыванию важности с нарушением хронологии для информирования о случившемся	Новость-молния, новость короткая, новость расширенная, новость многопредметная и др.
Репортаж	Наглядный рассказ о случившемся по хронологии для погружения читателя в происходящее	Репортаж событийный, репортаж средовой, репортаж-эксперимент, репортаж проблемный и др.
История	Рассказ о случившемся по схеме «проблемная ситуация – действия по решению проблемы - результат»	История житейская, заметка-мини-история, кейс и др.
Интервью	Передача вопросов журналиста и ответов собеседника для раскрытия собеседника, возможности посмотреть на мир его глазами	Интервью событийное, интервью экспертное, интервью портретное, интервью конфликтное, интервью-полилог, интервью-монолог и др.
Авторская колонка	Убеждение читателя в правоте автора через высказывание тезиса и подкрепление его аргументами	Колонка «точка зрения», колонка ироническая, колонка диалектическая, колонка-реплика, памфлет и др.
Статья	Разъяснение причинно-следственных связей и построение либо уточнение картины мира в определенной сфере.	Статья аналитическая, статья трендовая, статья наглядная (фичер), статья проблемная и др.
Портрет	Рассказ о судьбе человека, чтобы дать возможность читателю прожить жизнь героя или узнать, как герою жилось	Некролог, профайл, портретный очерк и др.

В главе 3 «**Жанры современной текстовой журналистики**» представлены результаты исследований об использовании жанров в современных российских СМИ. Показана представленность жанров журналистских текстов редакционных руководствах, на сайтах наиболее популярных российских СМИ, а также связь жанров с популярностью публикаций у аудитории.

В параграфе 3.1. «*Жанры в редакционных руководствах современных российских СМИ*» представлены результаты анализа 11 редакционных руководств современных российских федеральных СМИ в жанровом аспекте. Выборка обоснована наличием редакционных руководств и их доступностью, а также тем, что именно федеральные СМИ ввиду высокой конкуренции наиболее восприимчивы к трендам в медиаотрасли.

Наиболее популярным жанром оказалась новость, которая упоминается во всех редакционных руководствах. Более того, в четырех из них («Ведомости», «Новые Известия», «РБК Daily» и Gzt.ru) говорится только про новости. Еще в одном («Коммерсантъ») речь идет о двух подвидах новости, которые названы «заметка» и «бизнес-заметка».

Редакционные руководства ведущих российских информагентств ТАСС, РИА «Новости» и «Интерфакс» содержат от 7 до 13 жанров, из которых примерно половина (от 4 до 6) – это разновидности новостных заметок.

На основании этого можно сделать вывод, что в СМИ стандартизируется прежде всего подготовка новостей, и именно этот жанр рассматривается как доминирующий в газетах и онлайн-СМИ. Также нужно отметить терминологическую неопределенность, когда идентичные жанры могут называться в различных СМИ по-разному и, наоборот, один и тот же термин может использоваться для обозначения различных типов публикаций.

В параграфе 3.2. «Использование жанров журналистских текстов в практике современных российских СМИ» изложены результаты проведенного в 2017 и 2025 годах панельного исследования представленности жанров на 10 наиболее популярных сайтах российских СМИ (см. табл. 2).

Таблица 2. Динамика частотности использования жанров на сайтах российских СМИ

№	Жанр	Исследование 2017 г., доля в общем количестве публикаций, %	Исследование 2025 г., доля в общем количестве публикаций, %
1.	Новость короткая	44,5	48,3
2.	Новость расширенная	21,7	13,9
3.	Колонка	7,0	3,4
4.	Аналитическая статья	5,7	7,7
5.	Житейская история	4,0	1,8
6.	Подборка	3,1	1,2
7.	Интервью	2,4	3,9
8.	Рекомендация	2,2	2,2
9.	Портрет	2,0	2,1
10.	Репортаж	1,5	0,9
11.	Реконструкция	1,1	-
12.	Тест	0,8	-
13.	Рецензия	0,6	0,5
14.	Тест-драйв	0,6	0,2
15.	Мультимедийный лонгрид (формат)	0,5	1,2
16.	Опрос (знаменитостей, публики)	0,5	0,2
17.	Кейс	0,3	-
18.	Вопрос-ответ	0,3	0,4
19.	Карточки	0,2	-
20.	Онлайн-трансляция	0,2	0,7
21.	Расследование	0,2	1,1
22.	Очерк	0,2	-
23.	Обзор	0,2	2,2
24.	Обзор матча	0,2	-
25.	Дайджест	-	2,2
26.	Справка	-	1,9
27.	Интервью-пересказ	-	1,5
28.	Трендовая статья	-	1,2
29.	Отчет	-	0,9
30.	Анонс	-	0,4

Доминирование новостных заметок отражает трансформацию журналистики в оперативно-новостную и, в значительной мере, во вторично-поверхностную, так как значительная часть новостных публикаций создаются на основе публикаций других СМИ, а не путем сбора первичной информации (наблюдение, интервью, работа с документами).

В целом же исследование показало такие тренды:

- «удешевление» журналистики, когда ставка делается на потоковое производство (или рерайт) новостных заметок;
- вытеснение на периферию большинства характерных для печатной прессы сложных жанров вплоть до исчезновения данных жанров из практики СМИ;
- поиск в направлении новых жанровых форм, которые, однако, пока еще не стали ведущими на сайтах СМИ.

В параграфе 3.3. «Востребованность жанров журналистских публикаций аудиторией» представлены результаты проведенного в 2018 и 2025 годах панельного исследования, в котором выявлялась связь жанра с количеством просмотров публикаций на сайтах СМИ (см. табл. 3).

Таблица 3. Распределение жанров материалов-лидеров чтения за день, неделю и месяц

№	Жанр	Доля материалов-лидеров чтения за день, %		Доля материалов-лидеров чтения за неделю, %		Доля материалов-лидеров чтения за месяц, %	
		2018	2025	2018	2025	2018	2025
1.	Короткая новость	60,4	55,4	57	46	44	30
2.	Расширенная новость	21,9	27,2	23	36	23	25
3.	Аналитическая статья	7,0	2,8	9,5	3	11	5
4.	Колонка	2,0	-	2	-	7,5	-
5.	Интервью	1,6	1,4	1,5	0	2,5	1
6.	Подборка	1,6	0,3	1	1	3,5	2
7.	Рекомендация	1,6	0,3	2,5	0	1,5	2
8.	Портретный очерк	1,1	-	1,5	-	2,5	-
9.	Репортаж	0,8	1,7	0,5	2	0	2
10.	Расследование	0,6	-	0,5	-	1	-
11.	Профайл	0,6	3,1	0,5	3	0	11
12.	Обзор	0,3	5,4	0,5	6	1,5	4
13.	Трендовая статья	0,1	-	0	-	0,5	-
14.	Житейская история	0,1	0,9	0	1	0	1
15.	Рецензия	0,1	-	0	-	0	-
16.	Мультимедийный лонгрид	0,1	-	0	-	0,5	-
17.	Онлайн-трансляция	0,1	0	0	0	0,5	4
18.	Опрос	0	0,3	0	0	0,5	0
19.	Справка	-	0,6	-	2	-	12
20.	Дайджест	-	0,3	-	0	-	0
21.	Отчет	-	0,3	-	0	-	0
22.	Некролог	-	0	-	0	-	1

Главный вывод исследования – абсолютное лидерство новостей независимо от временного промежутка (сутки, неделя, месяц). Среди аналитических жанров популярны аналитическая статья и колонка. Это показывает, что аудитория обращается к СМИ за информированием и за разъяснением. Жанры же, ориентированные на другие функции, востребованы аудиторией в гораздо меньшей степени.

Также примечательна низкая популярность специфичных для онлайн-форматов онлайн-трансляция и мультимедийный лонгрид. Материалы же в таких форматах, как список и карточки, и вовсе ни разу не вошли в десятку самых популярных. То есть жанровая структура публикаций СМИ в разрезе читательского внимания к ним, в основном, идентична жанрам печатной прессы.

В главе 4 **«Интернет-журналистика как пространство новых текстовых жанров»** рассмотрены новые формы текстовых и мультимедийных публикаций, характерные именно для онлайн-среды. Приведены результаты исследований представленности мультимедийных жанров и форматов в современных российских СМИ, а также взаимосвязи журналистики и блогосферы в жанровом аспекте.

В параграфе 4.1. *«Конвергенция как форма существования медиаконтента»* представлены исследовательские подходы к пониманию сущности конвергенции и ее влияния на жанры журналистских публикаций.

Применительно к технологии записи и воспроизводства информации конвергенция понимается как процесс перевода контента любой формы в биты как единицы информации в цифровой среде. На уровне медиатехнологий и бизнес-моделей конвергенция поставила вопрос о взаимодействии медиа различных видов, о трансформации редакционных структур и создании новых цепочек стоимости. Конвергенция также рассматривается как взаимодействие между прежде не связанными медиаплатформами для создания новой функциональности в рамках продукта.

В изданном в 2024 г. словаре основных понятий отечественной теории медиа конвергенция применительно к медиа трактуется как «процесс создания цифровых медиапродуктов на основе интеграции мультимедийных элементов (текста, звука, видео, графики, анимации и т.п.) и распространения этого продукта через максимально большое количество каналов в цифровой форме». Системным же итогом конвергенции названо «формирование нового единого медиапространства, в котором старое типологическое деление масс-медиа по средам распространения контента (пресса, радио, телевидение, интернет) оказалось нерелевантным», а также «формирование единого рынка медиапродуктов с новыми, более жесткими, чем ранее, условиями конкуренции»⁴⁷.

⁴⁷ Отечественная теория медиа. Основные понятия. Словарь. Под редакцией Е.Л. Вартановой. М.: Фак. журн. МГУ, Изд-во Моск. ун-та, 2024. С. 59–60.

Параграф 4.2. «Креолизованный текст как тип текста» посвящен данной разновидности текста, где сочетаются вербальные и невербальные части, используются элементы различных семиотических систем.

Современные исследования креолизованных текстов сосредоточились почти исключительно на формате «мультимедийный лонгрид» как наиболее ярком примере креолизации благодаря возможности использовать целый спектр мультимедийных элементов в одном материале и за счет этого добиваться максимального эффекта при трансляции новых значений и смыслов.

Мультимедийные лонгриды рассматривают как реинкарнацию существовавшей в доцифровую эпоху «литературной журналистики», в рамках которой публикации представляли собой повествование со всеми свойственными ему характеристиками (подача от сцены к сцене, диалоги и характерные детали, развитие сюжета по законам драмы)⁴⁸. В качестве композиционно-смысловой единицы креолизованного текста вводится понятие «мультимедийный кадр» как фрагмент материала, представляющий собой комбинацию нескольких форматов⁴⁹.

Параграф 4.3. «Эволюция жанров журналистских текстов в интернет-СМИ» посвящен становлению современной жанровой системы онлайн-СМИ. История российских интернет-СМИ насчитывает три десятилетия, если отсчитывать ее от появления первых сайтов СМИ в середине 1990-х годов.

В первый период существования интернет-СМИ (1990-е годы) значимых различий между печатной и онлайн-журналистикой не было. Сайты СМИ преимущественно наполнялись публикациями из печатных версий газет и журналов. Онлайн-версии же действовали в логике печатной прессы (жанры, подача материалов, структура сайта), только без печатной версии.

Первой значимой форматно-жанровой трансформацией следует считать начавшееся в 2000-е годы в ряде интернет-СМИ активное использование рерайта при подготовке новостных заметок на основе чужих публикаций. Еще одним новым и специфичным именно для новостных онлайн-СМИ стал формат «составных новостных сообщений посредством заимствования контента из разных источников»⁵⁰.

Превращение интернет-СМИ в конвергентные к концу 2000-х способствовало появлению целого спектра форм публикаций, которые М.М. Лукина назвала новыми или синтетическими жанрами, противопоставляя их классическим или традиционным как характерным для печатной прессы, хотя и также широко представленным в интернете⁵¹. В первую очередь речь шла об

⁴⁸ Jacobson S., Marino J., Gutsche R. (2016) The digital animation of literary journalism, *Journalism*, Vol. 17 (4), 527–546.

⁴⁹ Силантьева О. Режиссура мультимедийной истории // Как новые медиа изменили журналистику. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 206. С. 153.

⁵⁰ Лашук О.Р. Рерайтинг новостных интернет-сообщений в России (2000–2013). Диссертация на соискание ученой степени доктора филологических наук. М., 2014. С. 35.

⁵¹ Лукина М.М. (ред.) Интернет-СМИ: теория и практика. М.: Аспект пресс, 2013. С. 251–275.

иллюстративных и аудиовизуальных жанрах, таких как фотоленты, слайд-шоу, аудиоиллюстрация, видеоиллюстрация, потоковое видео, мультискрипт (видеозапись и ее текстовая расшифровка), информационная игра, анимированная карикатура, интерактивный видеомост, мультимедийное ток-шоу и др. К новым же текстовым же либо мультимедийным жанрам с текстовой основой были отнесены авторский блог журналиста на сайте издания и онлайн-трансляция (текстовая или мультимедийная, на сайте издания или в соцсети), а также мультимедийные вариации традиционных жанров (мультимедийная статья, мультимедийный репортаж и др.).

В дальнейшем попытки описать и систематизировать жанровое наполнение современных интернет-СМИ привели к необходимости разделять жанры по формам контента и по сочетаемости этих форм. Так, А.А. Тертычный допускал сосуществование в интернет-СМИ жанров различных типов, включая традиционные и новые, мономедийные и мультимедийные, текстовые, аудио и видео и др. Вводилась также группа «вербально-визуально-аудиальных жанров», сочетающая в себе все формы контента⁵².

Согласно другому подходу применительно к онлайн-среде нужно вести речь о жанрах «универсальной журналистики»⁵³, под которыми понимаются жанры, сочетающие традиционные жанроформирующие признаки (предмет отображения, цель, метод познания действительности) и специфичные жанроформирующие признаки как проявления интерактивности, гипертекстуальности и мультимедийности, позволяющие подать информацию в различных формах (текст, звук, видео, фото, графика, инфографика, анимация) и предоставляющие возможность интерактивного взаимодействия потребителя с материалом.

В параграфе 4.4. «*Мультимедийные жанры и форматы журналистских публикаций*» изложены результаты исследования, посвященного представленности различных форм мультимедийных публикаций на сайтах СМИ. Исследование проводилось в 2022 году на материале 1000 публикаций 20 наиболее популярных сайтов российских СМИ (федеральных и региональных) по рейтингу LiveInternet. Ключевые выводы исследования таковы:

1. Все охваченные исследованием 20 сайтов СМИ оказались конвергентными, однако доля мультимедийных публикаций колебалась от 4% до 72%. То есть в редакциях практикуют два диаметрально противоположных подхода к мультимедиазации медиаконтента: стремление сопровождать мультимедиа как можно большее количество текстов либо же использовать мультимедийные элементы в исключительных случаях, когда они содержат существенную дополнительную ценность. В среднем же доля мультимедийных публикаций составила 22,2%.

⁵² Тертычный А.А. Особенности жанрообразования в интернет-СМИ // Научные ведомости БелГУ. 2013. № 6. – С. 172–179.

⁵³ См. Универсальная журналистика: учебник для вузов / Под ред. Л.П. Шестеркиной. М.: Издательство «Аспект Пресс», 2016. С. 116–117.

2. В жанровом плане среди мультимедийных публикаций доминируют новости (73,4%). Также в десятку лидеров вошли обзор (8,6%), аналитическая статья (4,5%), колонка (3,2%), мультимедийный лонгрид (2,3%), анонс (1,8%), отчет (1,8%), история (1,3%), интервью (0,9%) и репортаж (0,9%).

3. В качестве мультимедийных элементов наиболее часто используются видеобэкграунд (видео справочного характера, касающееся освещаемой сферы, но не связанное с освещаемым событием), видеорепортаж (съемка события либо его последствий, как правило, непрофессиональная - видеозаписи с камер видеонаблюдения и видеорегистраторов, видеосъемки очевидцев на телефон) и «видео на другую тему» (видеозапись, вмонтированная в публикацию, но не связанная с ней в смысловом плане).

4. На основе изложенного можно говорить о таких складывающихся в российских СМИ мультимедийных жанрах:

- Новость с видеорепортажем;
- Новость с видеобэкграундом;
- Новость с видеоцитатой;
- Обзор с видеообзором;
- Обзор с видеоцитатой;
- Аналитическая статья с видеорепортажем;
- Аналитическая статья с видеоаналитикой;
- Колонка с видеоколонкой.

Нужно отметить, что для мультимедиатизации СМИ, как правило, используют дешевый в производстве мультимедийный контент (репортажные съемки, видеозаписи интервью), активно заимствуют медиаконтент у пресс-служб, телеканалов и соцсетей и используют одно и то же мультимедиа многократно.

В параграфе 4.5. «*Мультимедийные форматы новостных публикаций*» изложены результаты исследования представленности в современных российских СМИ мультимедийных форматов новостных публикаций.

Исследование позволило разделить СМИ, активно практикующие мультимедийное сопровождение новостных заметок, на три группы: с максимальной мультимедиатизацией (доля мультимедийных новостных публикаций – более 50% от общего количества новостей), с избирательной мультимедиатизацией (доля мультимедийных публикаций – в диапазоне 20-50%) и сайты телеканалов (доля мультимедийных новостей – более 20%, но основной вид мультимедиа – сюжеты телеканалов).

Были выявлены такие доминирующие форматы мультимедийных новостных публикаций:

- Новостная заметка + видеорепортаж-иллюстрация;
- Новостная заметка + видеоцитата-иллюстрация;
- Новостная заметка + аудиоцитата-иллюстрация;
- Новостная заметка + видеосюжет;
- Новостная заметка + видеобэкграунд;
- Новостная заметка + анимированная карта;

- Новостная заметка + видеосправка о ньюсмейкере;
- Новостная заметка + видеосправка по тематике новости;
- Новостная заметка + видеосправка на другую тему;
- Новостная заметка + видеоподборка;
- Новостная заметка + видеонОВОСТИ.

Исследование позволяет утверждать, что сформировался определенный набор мультимедийных форматов новостных публикаций, активно практикуемых на сайтах СМИ.

Параграф 4.6. «Мультимедийные лонгриды в современных российских СМИ» посвящен исследованию представленности формата мультимедийный лонгрид и типологии публикаций этого формата.

Исследование было проведено в 2022 году на материале 114 сайтов российских СМИ (100 наиболее популярных сайтов по рейтингу LiveInternet и дополнительно не вошедшие в этот рейтинг сайты 14 наиболее цитируемых российских СМИ). Мультимедийный лонгрид определялся как полижанровый формат с доминирующей текстовой основой значительного объема (более 5 тыс. знаков с пробелами) и разнообразными мультимедийными элементами, которые не являются избыточными по отношению к информации, передаваемой в текстовом виде.

Получившаяся типология мультимедийных лонгридов представлена в таблице 4.

Таблица 4. Типология мультимедийных лонгридов.

	Тип	Описание
1.	Аналитическая статья	Аналитический текст, дополненный видеоинтервью с героями и экспертами, а также архивными кадрами (документальные съемки и выпуски новостей прошлых лет)
2.	Расследование	Текст о злоупотреблениях, которые пытаются скрыть, с репортажными съемками как видеодоказательствами.
3.	Реконструктор	Реконструкция исторического события или процесса, где текст дополнен архивными кадрами (обычно документальные съемки), а также видеоинтервью с экспертами и таймлайном.
4.	Репортаж	Специальный репортаж, дополненный репортажными съемками как иллюстрацией атмосферы происходящего.
5.	Обзор	Географический обзор с репортажными съемками мест или обзор процесса с таймлайном, показывающим развитие этого процесса.
6.	Портрет	Рассказ о человеке, где текст дополнен репортажными съемками, взятыми из блога персонажа, и показывающими персонажа за работой или на отдыхе.

В параграфе 4.7. «Жанры журналистских текстов в блогосфере» представлены результаты двух исследований, касающихся использования журналистских жанров в блогосфере. В первом исследовании 2020 года проводился контент-анализ публикаций топовых блогеров пяти наиболее популярных на тот момент в России социальных сетей («ВКонтакте»,

Facebook*, Instagram*, Twitter*, Telegram)⁵⁴. Во втором, проведенном в 2025 году, выявлялись жанры публикаций наиболее популярных русскоязычных информационных Telegram-каналов.

Основные выводы этого исследования таковы:

1. Подавляющее большинство публикаций топовых блогеров относятся к шоу-контенту и не являются журналистикой, понимаемой как информирование общественности об актуальных социально значимых событиях и проблемах.

2. Самым популярным журналистским жанром применительно к публикациям топовых блогеров (без учета аккаунтов СМИ) является реплика (короткий комментарий с минимумом аргументов либо вовсе без них).

3. Если рассматривать блогосферу как канал распространения журналистского (или близкого к журналистскому) контента, то этот контент сведется к перепечатываемым из СМИ новостям и поверхностной субъективной аналитике. Полноценная глубокая аналитика, расследования и художественно-публицистические жанры в публикациях топовых блогеров отсутствуют.

К середине 2020-х годов Telegram стал одним из наиболее значимых трансляторов общественно-политической информации. В связи с этим было решено выявить жанровую структуру Telegram-каналов категории «Новости и СМИ» (см. табл. 5).

Некоторые выявленные в Telegram жанры нуждаются в пояснении:

- Мини-аналитика – осмысление причин и последствий происходящего в сжатой форме и без ссылок на источники;
- Новость с оценкой – новость, завершающаяся оценочным суждением, призванным сформировать восприятие этой новости;
- Расширенная новость–конспект – новость с элементами аналитики (позиции сторон, оценки и прогнозы экспертов, контекст, предыстория и др.), подаваемая в сжатом виде и, как правило, без ссылок на источники;
- Расширенная подпись под видео – текст, анонсирующий представленное видео и содержащий также дополнительную информацию и/или оценку;
- Расширенная подпись под фото – текст, поясняющий, что изображено на фото и содержащий также дополнительные факты и/или оценки;
- Расширенный анонс публикации – развернутое анонсирование публикации «материнского» СМИ, претендующее на то, чтобы быть самодостаточным материалом, раскрывающим тему;
- Сдвоенная новость – новость, являющаяся развитием другой новости, ранее опубликованной в канале и подверстанной к данной новости.

⁵⁴ В настоящее время соцсети Facebook, Instagram (принадлежат компании Meta, признанной в России экстремистской организацией и запрещенной) и Twitter (X) в России заблокированы.

Таблица 5. Жанры текстовой части публикаций 20 наиболее популярных Telegram-каналов категории «Новости и СМИ»

	Жанр	Количество
1.	Короткая новость	165
2.	Расширенная новость-конспект	47
3.	Сдвоенная новость	39
4.	Подпись под видео	26
5.	Расширенная подпись под видео	25
6.	Расширенный анонс публикации	20
7.	Новость-молния	16
8.	История	16
9.	Новость с оценкой	12
10.	Расширенная подпись под фото	9
11.	Реплика	7
12.	Подпись под фото	7
13.	Обзор	3
14.	Анонс публикации	2
15.	Карточки	1
16.	Рекомендация	1
17.	Мини-аналитика	1
18.	Обзор-анонс	1
19.	Обращение	1
20.	Подпись под аудио	1
	Всего	400

При этом жанровая палитра каналов отличается радикально и никакого «усредненного» жанрового профиля, к которому бы тяготели хотя бы часть каналов, не выявлено.

В цифровой среде происходит активный поиск новых мультимедийных форм публикаций. Это касается и сайтов СМИ, и соцсетей. Среди выявленных тенденций нужно отметить доминирование мультимедийных новостных заметок при огромном разнообразии форм таких публикаций.

В главе 5 **«Жанры журналистских текстов в контексте трансформации редакционной работы и журналистского образования»** жанры представлены как результат и индикатор технологической трансформации журналистской работы и как производная от экономического состояния медиаотрасли. Жанры также рассмотрены как образовательная технология. Показаны перспективы развития жанров текстовой журналистики.

В параграфе 5.1. *«Технологическая трансформация журналистской работы и жанровые решения»* рассмотрена взаимосвязь между трансформацией работы пишущих журналистов и жанровым аспектом журналистского творчества. Представлены результаты исследования, проведенного в 2017 г. методом глубинного интервью. Респондентами выступили 24 сотрудника 17 общероссийских и московских СМИ.

Практически все респонденты отмечали то, что можно было бы назвать «разрывом связи между формой и содержанием». Если прежде для передачи определенной информации выбирался жанр, и в нем эта информация

подавалась, то современная журналистская технология предполагает переупаковку одного и того же контента и подачу его в разных жанрах.

Респонденты говорили о существовании целого спектра форм публикаций, для которых нет определения в рамках традиционных жанровых систем. Одна из таких форм получила название «недолонгрид» - форма аналитики, заключающаяся в оперативном поверхностном осмыслении темы в отличие от статьи как полноценной аналитике с глубоким погружением в тему и оригинальной ее трактовкой.

Традиционным же жанрам, которые описывались в сравнении с новыми форматами как «менее клиповые, устойчивые, полные, имеющие систему и иерархию информации», отводилась роль упорядочивания информационного потока. Признавалось, что многообразие коротких эмоциональных и клиповых форматов «идет в ущерб качеству текста». Однако отказ от них приведет к потере трафика, тогда как работа журналиста в современном медиа и заключается в том, чтобы генерировать трафик на сайт при потоковом режиме и производства, и потребления медиаконтента.

К новым технологически обусловленным формам публикаций были отнесены интерактивные форматы, такие как голосования и викторины. Также в СМИ представлены «объяснительные» форматы, которые не только выступают как самостоятельные материалы, но и интегрируются в другие публикации (главным образом, новостные и аналитические) для прояснения терминов и бэкграунда (предыстория и контекст происходящего).

Исчезающими были названы жанры, требующие непосредственного наблюдения за происходящим. Это все разновидности репортажа, а также жанры с репортажными элементами – такие, как очерк. Примечательна также трансформация процесса возникновения новости, которая в современных СМИ появляется в большинстве случаев не когда произошло событие, а когда кто-то сообщает о том, что произошло событие.

В параграфе 5.2. «*Экономика медиа как детерминант использования жанров*» рассмотрено влияние экономических аспектов цифровизации на журналистскую работу в целом и на ее жанровый аспект.

Показано, что медиапредприятия вынуждены перестраивать цепочку создания стоимости, переходя от производства контента к отбору, обработке, подаче и доставке через целый спектр каналов и платформ того контента, который уже имеется в медиaprостранстве. Основными же поставщиками контента становятся ньюсмейкеры, пресс-службы, эксперты и граждане.

Соответственно наиболее используемыми оказываются жанры, наилучшим образом подходящие под ретрансляцию чужого контента. Это различные формы новостных заметок, а также аналитические и комментарийные жанры с заимствованными идеями и фактурой. Созданная журналистом прибавочная ценность в таких случаях сводится к рекомбинации имеющихся единиц контента, к эмоционализации заголовков и к «обвесу» текста иллюстративными и мультимедийными элементами.

В параграфе 5.3. «*Жанры журналистских текстов и журналистское образование*» представлена авторская технология обучения навыкам подготовки журналистских текстов. Технология основывается на пяти принципах и позволяет обучить студентов подготовке публикаций, соответствующих требованиям современных СМИ.

Первый принцип: выделении из массива жанров небольшого количества базовых жанров или типов письма. Речь идет о существенных аспектах жанров в связке с решением ключевых задач журналистской практики и выполнением основных функций журналистики.

Второй принцип: обучение должно начинаться с отработки ключевого навыка в рамках каждого из типов письма. Владение этим навыком позволит затем освоить соответствующий базовый жанр и связанные с ним жанры.

Третий принцип: от простого – к сложному. В нашем случае нужно начинать с подготовки отдельных элементов текста и только после их освоения переходить к подготовке полноценного текста.

Четвертый принцип касается подготовки уже полноценных текстов и состоит в том, что начинать необходимо с подготовки текста в простых подвидах базового жанра и затем уже переходить к сложным.

Пятый принцип касается подготовки мультимедийных материалов и состоит в том, что обучение надо начинать с создания или обработки простых мультимедийных элементов в базовых аудиовизуальных или аудиальных жанрах.

В параграфе 5.4. «*Перспективы развития жанров текстовой журналистики*» предпринята попытка осмыслить жанровый аспект цифровой трансформации журналистики и спрогнозировать будущее жанровых трансформаций. Связь трансформации жанров с внешними по отношению к медиа и внутримедийными факторами представлена в таблице 6.

Таблица 6. Жанровый аспект цифровой трансформации журналистики

Период	Внешние факторы	Внутримедийные факторы	Основные жанры
Предцифровая эпоха (1980-е годы)	Однопартийная система, цензура	Публицистика и пропаганда как основное содержание СМИ	Очерк, фельетон, корреспонденция и др.
Начальный период цифровизации медиа (1990-е – середина 2000-х)	Деидеологизация общественной жизни, вестернизация как тренд во всех сферах	Информирование и развлечение как основные функции. Новые стандарты работы с информацией: разделение фактов и мнений и др.	Новость (короткая и расширенная), авторская колонка, фичер, профайл. Форматы рерайтерских новостей.
Эпоха универсальной журналистики (середина 2000-х – середина 2010-х)	Развитие интернета (рост аудитории, увеличение скорости передачи данных), ускорение производства и потребления информации.	Конвергенция СМИ, новостные агрегаторы как поставщики «картины дня», сверхоперативность, избыток информации при дефиците времени и смысла.	Новости на основе чужих новостей, форматы «объяснительной журналистики» (карточки, списки), интерактивные форматы (опрос, тест).
Эпоха смартфонов и соцсетей (середина 2010-х – наст. время)	Скоростной мобильный интернет, тотальное проникновение соцсетей.	Кризис рекламно-подписной бизнес-модели СМИ, удешевление производства медиаконтента,	Краткие конспективные формы традиционных жанров. Мультимедийное иллюстрирование текстовых публикаций.

Контуры будущей жанровой системы журналистских текстов пока что просматриваются такие:

1. Сверхкороткие и сверхъёмкие новости. Новость-заголовок, причем не «молния» как первое сообщение о важном событии, а полноценный текст, не предусматривающий продолжения, но укладывающийся в заголовок и не требующий клика. Новость-подпись под фото или мультимедиа. Новость-матрешка, которую можно открывать по частям в зависимости от интереса к теме и знания бэкграунда.

2. Клиповая аналитика, созданная на основе в большей мере анализа медиатекстов, нежели непосредственного погружения в реальность. При создании таких публикаций будет активно использоваться искусственный интеллект. С его помощью журналисты будут находить идеи, собирать фактуру, структурировать блоки текста и генерировать графику и мультимедиа для наглядной подачи информации.

3. Различные игровые форматы, от новостных квестов и до мультимедийных иммерсивных репортажей (скорее сгенерированных ИИ, нежели отснятых вживую), позволяющих погрузиться в происходящее и в буквальном смысле его пережить и прочувствовать.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В **Заключении** автор подводит итоги исследования, указывая на наиболее важные научные результаты. Также в нем обозначены перспективы дальнейшего изучения темы и возможное применение представленных в диссертации наработок.

Из принципиально новых результатов выделим эмпирически доказанное доминирование новостных публикаций на сайтах СМИ. Доля новостей превышает долю публикаций всех остальных жанров вместе взятых. Выявлено, что именно новости доминируют в рейтинге предпочтений аудитории, что обусловлено особенностями медиапотребления аудитории, такими как чтение СМИ между делом, с малых экранов и с низкой концентрацией внимания.

В ходе исследования выявлены новые мультимедийные форматы новостных публикаций, такие как сопровождение новостной заметки репортажной видеосъемкой события либо с места события, видеоцитатой ньюсмейкера, на основе которой написана новость, видеобэкграундом по теме новости либо видео на тему, не связанную с новостной заметкой.

Выявлены и описаны стратегии мультимедиазации медиаконтента современными российскими СМИ. Речь идет о трех стратегиях: исключительной мультимедиазации, когда доля мультимедийного контента минимальна, избирательной мультимедиазации, когда мультимедийных публикаций меньшинство, однако мультимедийные элементы практически всегда связаны с описываемым в тексте событием, и максимальной мультимедиазации, когда мультимедийными являются основная часть

публикаций данного СМИ, однако мультимедийные элементы в большинстве случаев с освещаемым событием не связаны.

Определена и описана представленность журналистских жанров в блогосфере. Показано, что среди журналистских жанров в блогосфере доминируют новостная заметка и короткий комментарий-реплика. Исследование же жанров информационных Telegram-каналов показало как доминирование различных форм новостных заметок, так и появление ряда новых, характерных именно для Telegram жанров, таких как расширенная новость-конспект, новость с оценкой и расширенный анонс публикации.

Еще одним значимым результатом является авторская методика обучения навыкам написания журналистских текстов через выделение базовых жанров как типов письма. В работе представлено шесть таких жанров: новость, репортаж, интервью, колонка, статья, портрет. Описан пошаговый алгоритм: от элементов текста к простым вариантам жанра и затем к усложненным. Методика позволит обучить студентов подготовке текстов с учетом требований современных СМИ.

Список использованной литературы и источников включает 359 наименований работ отечественных и зарубежных авторов, а также нормативных правовых актов и информационных ресурсов.

В **Приложении** представлен перечень жанров журналистских текстов, упомянутых в отечественной учебной и научной литературе, а также в редакционных руководствах современных российских СМИ.

СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Статьи в рецензируемых научных журналах, рекомендованных для защиты в диссертационных советах МГУ имени М.В. Ломоносова по специальности и отрасли наук:

статьи, опубликованные в изданиях из «Ядра РИНЦ»:

1. Колесниченко А.В. Динамика использования жанров журналистских текстов в СМИ // Вопросы теории и практики журналистики. 2026. Т. 15. № 1. С. 39–53. DOI: 10.17150/2308-6203.2026.15(1).39-53. Объем 0,8 а. л. [Импакт-фактор 0,22 (JCI)]

2. Колесниченко А.В. Жанры публикаций информационных Телеграм-каналов // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2025. Т. 50. № 4. С. 3–23. EDN: VHQS00. Объем 0,9 а. л. [Импакт-фактор 0,187 (SJR)]

3. Колесниченко А.В. Типология мультимедийных форматов новостных публикаций // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2024. Т. 49. № 3. С. 122–143. EDN: GBUPLU. Объем 1 а. л. [Импакт-фактор 0,187 (SJR)]

4. Колесниченко А.В. Мультимедийные жанры в современных российских СМИ // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2023. Т. 48. № 2. С. 3–22. EDN: UGHCUJ. Объем 0,9 а. л. [Импакт-фактор 0,187 (SJR)]

5. Колесниченко А.В. Типология мультимедийных лонгридов // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2022. № 4. С. 3–20. EDN: QLQPWN. Объем 0,8 а. л. [Импакт-фактор 0,187 (SJR)]

6. Колесниченко А.В. Журналистика и блогосфера: жанрово-тематические пересечения // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2021. № 1. С. 51–74. EDN: RTCLVZ. Объем 1 а. л. [Импакт-фактор 0,187 (SJR)]

7. Vyrkovsky A.V., Galkina M.Yu., Kolesnichenko A.V., Obratsova A.Yu., Vartanov S.A. Russian newsrooms in digital era: challenges and prospects. // Russian Journal of Communication. 2019. Vol. 11. No. 1. P. 37–52. EDN: TUIKHS. Объем 0,8 а. л., авторский вклад 0,4 а.л. [Импакт-фактор 0,108 (SJR)]

8. Колесниченко А.В. Востребованность жанров журналистских текстов аудиторией онлайн-медиа // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2019. № 3. С. 3–22. EDN: MJSTGX. Объем 0,9 а. л. [Импакт-фактор 0,187 (SJR)]

9. Колесниченко А.В. Востребованность жанров журналистских текстов в онлайн-СМИ // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2018. № 1. С. 26–42. EDN: YSE0FA. Объем 0,8 а. л. [Импакт-фактор 0,187 (SJR)]

статьи в иных рекомендованных изданиях:

10. Колесниченко А.В., Смирнова О.В., Свитич Л.Г., Фомина Д.А. Новые технологии в практике журналистов российских региональных газет // Меди@льманах. 2019. № 5 (94). С. 42–55. EDN: GBXVIP. Объем 0,7 а. л., авторский вклад 0,5 а. л. [Импакт-фактор 0,755 (РИНЦ)]

11. Колесниченко А.В. Критерии отбора новостей в современных российских СМИ // Медиаскоп. 2018. Вып. 3. Объем 0,9 а. л. EDN: YRNDPF. [Импакт-фактор 0,571 (РИНЦ)]

12. Колесниченко А.В., Кульчицкая Д.Ю. Взгляды медиаменеджеров и журналистов на функции и роль журналистики в современном российском обществе (по результатам анкетирования) // Меди@льманах. 2017. № 4 (81). С. 34–41. EDN: ZWJIUZ. Объем 0,4 а. л., авторский вклад 0,3 а. л. [Импакт-фактор 0,755 (РИНЦ)]

13. Колесниченко А.В., Вырковский А.В., Галкина М.Ю., Вартанов С.А., Образцова А.Ю. Трансформация журналистской работы под влиянием новых технологий: поиск информации, жанры медиатекстов, редакционная культура // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2017. № 5. С. 51–71. EDN: ZTPKHN. Объем 1 а. л., авторский вклад 0,8 а. л. [Импакт-фактор 1,195 (РИНЦ)]

14. Колесниченко А.В., Вырковский А.В., Галкина М.Ю., Образцова А.Ю., Вартанов С.А. Мультимедийные элементы в современном медиатексте // Медиаскоп. EDN: ZRPWJV. 2017. Вып. 3. Объем 0,7 а. л., авторский вклад 0,5 а. л. [Импакт-фактор 0,571 (РИНЦ)]

15. Колесниченко А.В. Российская журналистика между должным и реальным: взгляд руководителей и владельцев центральных российских изданий (публичные заявления) // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2016. № 3. С. 17–29. EDN: TXMDUG. Объем 0,7 а. л. [Импакт-фактор 1,195 (РИНЦ)]

16. Колесниченко А.В. Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе // Медиаскоп. 2015. Вып. 1. EDN: TNIBPX. Объем 1 а. л. [Импакт-фактор 0,571 (РИНЦ)]

17. Колесниченко А.В. Мотивирование корреспондентов в прессе: возможности управления и российская практика // Медиаскоп. 2015. Вып. 2. EDN: TXLQDN. Объем 0,9 а. л. [Импакт-фактор 0,571 (РИНЦ)]

Прочие публикации:

статьи в научных изданиях:

18. Kolesnichenko A., Vyrkovsky A., Galkina M., Obratsova A., Vartanov, S. A. Transformation of newsroom work in the digital era // World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies. 2018. No. 1. P. 7–22. EDN: UZCGBJ. Объем 0,8 а. л., авторский вклад 0,4 а. л. [Импакт-фактор 0,711 (РИНЦ)]