

Журналистский гипермедиажанр как феномен потокового вещания в Интернете

Научный руководитель – Образцова Анастасия Юрьевна

Сердотецкий Федор Андреевич

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра теории и экономики СМИ, Москва, Россия

E-mail: serdotetsky@yandex.ru

Существование стримингового, или потокового, вещания в интернете стало возможным благодаря двум важнейшим процессам, произошедшим в медиаиндустрии и изменившим традиционные медиа: цифровизация и конвергенция [1]. При этом теперь журналистика функционирует в высокотехнологичной цифровой медиасреде [2]. Этой среде присущи мультимедийность, когда медиапродукция интегрируется различными типами коммуникации, интерактивность, когда потребитель во многом самостоятельно контролирует процесс медиапотребления, а также кроссплатформенность, подразумевающая одновременное использование потребителем свыше одного коммуникативного аппарата, что позволяет ему попадать таким образом в один момент в более чем одну медиасреду и развивать мультизадачность [3, 4, 5].

Вышеописанные процессы и тенденции повлияли на возникновение и развитие новых медиа, в число которых входят и стриминговые сервисы. Некоторые исследователи полагают, что новые медиа принципиально отличаются от классических СМИ [6]. Однако необходимо отметить, что новые медиа включают в себя как профессиональные СМИ, так и непрофессиональные. И это очень важный нюанс для объяснения природы стриминга [7].

Сущность потокового вещания заключается в неограниченном производстве и потреблении цифровой информации. Развитие стриминга стало реально благодаря техническому прогрессу, который привел к значительным преобразованиям в сфере коммуникаций, а также к изменению роли индивида в социуме [8]. Потоковое вещание следует воспринимать сразу в качестве технологической новинки, а также культурной практики, причем в обоих случаях происходит объединение индустрии и аудитории медиа. Можно сказать, что потоковая передача информации — это финальный этап развития всей цифровой медиаиндустрии [9].

Интернет-стриминг является открытым коммуникативным потоком, который характеризуется постоянной сменой жанров. Именно поэтому потоковое вещание можно отнести к диалоговому гипермедиажанру, в котором совмещаются разнородные типы спонтанной коммуникации [10].

Авторы исследования исследовали свойства стриминговых сервисов на примере крупнейшего интернет-сервиса Twitch.tv, поскольку данная цифровая платформа включает все вышеназванные характеристики, такие как интерактивность и мультимедийность. Кроме того, необходимо также отметить доступную кроссплатформенность при потреблении медиаконтента Twitch.tv.

Актуальность темы доклада обуславливается стремительным увеличением аудитории разных возрастов на стриминговых платформах по всему миру и, в частности, в России. Целью данной работы было определить специфику подачи медиаконтента журналистов и блогеров с помощью онлайн интернет-вещания, а также изучить коммуникацию между авторами twitch каналов со своими зрителями и подписчиками. Гипотезой научной работы

является суждение о том, что инструменты платформы Twitch.tv позволяют эффективно распространять журналистские и блогерские материалы.

Для анализа были отобраны зарубежные и российские аккаунты на стриминговой интернет-площадке Twitch.tv. Аккаунты отбирались в соответствии со следующими категориями: twitch-каналы крупных журналистских изданий или телеканалов, twitch-каналы журналистов, действующих без связи с каким-либо изданием, и twitch-каналы блогеров. Для отбора по данным категориям автор исследования воспользовался методом случайной выборки. Также бралось во внимание число подписчиков и зрителей.

Анализ контента и активности аудитории данных twitch-каналов показал, что большей популярностью у потребителей медиаконтента пользуются аккаунты журналистов и блогеров, а не крупных журналистских изданий или телеканалов. Первая причина заключается в том, что журналистам и блогерам проще выстроить коммуникацию с чатом, который является главным инструментом для выполнения интерактивной функции на Twitch.tv. Вторая же причина заключается в повышенном интересе аудитории к неформальной журналистике и к гипермедиажанровому медиaproдукту.

Исследование аккаунтов стримингового сервиса Twitch.tv выявило, что потоковое вещание, с одной стороны, включает в себя тематику традиционных медиа, а с другой — дает журналистам и блогерам возможность эффективно сочетать разные жанры в одном материале, тем самым осуществляя эволюцию привычного медиапотребления у аудитории и совершенствуя журналистскую профессию (эта тенденция отлично доказывается деятельностью журналиста Хасана Пайкера, который успешно сочетает разные жанры в течение одной передачи). Гипермедиажанровость делает журналистский медиaproдукт разнообразнее и интереснее для потребителя. Поэтому даже классические СМИ стремятся охватить большую аудиторию, создавая twitch-каналы.

Стриминг обладает огромным потенциалом для профессиональной журналистики и блогинга, потому что использует новые и действенные инструменты для распространения медиаконтента, а также для коммуникации с потребителем информации. В действительности потоковое вещание в интернете создало особенную реальность текста, где большая роль отводится не первичному авторскому тексту, а вторичному — аудитории. Это значительный прогресс даже по сравнению с другими новыми медиа.

Источники и литература

- 1) Вартанова Е. Л. (2003) Медиаэкономика зарубежных стран. – М.: Аспект Пресс, URL: <http://evartist.narod.ru/text11/49.htm> (дата обращения: 10.02.2023).
- 2) Лукина М. М. (2021) Мультимедийная журналистика: ключевая морфема «мульти» // Медиатренды. №1 (79). с.4. URL: <http://www.journ.msu.ru/about/mediatrends/36627/> (дата обращения: 10.02.2023).
- 3) Мультимедийная журналистика (2017) / под общ.ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, с. 413.
- 4) Отечественная теория медиа: основные понятия: словарь (2019) / под ред. Е. Л. Вартановой. М.: Изд-во Моск. ун-та, с. 246.
- 5) Вьюгина Д. М. (2021) Рассказы в картинках: почему важно оставаться мультимедийным в эпоху пандемии // Медиатренды. №1 (79). с. 5 URL: <http://www.journ.msu.ru/about/mediatrends/36627/> (дата обращения: 10.02.2023).
- 6) Айзенберг Дж. (2011) Добавьте в корзину. Ключевые принципы повышения конверсии веб-сайтов. – М: Манн, Иванов и Фербер.
- 7) Herbert D., Lotz A., Marshall L. (2018) Approaching media industries comparatively: a case study of streaming. International Journal of Cultural Studies, p. 22.

- 8) Большчева М. Д. (2018) Стриминговое вещание как феномен современной медиасреды // Коммуникология. № 6. с. 159-169.
- 9) Burroughs В.Е. (2015) Streaming media: audience and industry shifts in a networked society. PhD Thesis Iowa City: The University of Iowa. URL: <http://ir.uiowa.edu/etd/1833> (дата обращения: 10.02.2023).
- 10) Болотнов А. В. (2021) Стрим как новый гипермедиажанр // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. Т. 20, № 2. с. 111–120. – DOI: [https://doi.org/ 10.15688/jvolsu2.2021.2.10](https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2021.2.10)