

УДК 070; 37

DOI: 10.24411/1999-5407-2020-10413

## ЖАНРЫ И ФОРМАТЫ МУЛЬТИМЕДИЙНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ КАК УЧЕБНАЯ ДИСЦИПЛИНА И МЕТОДИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА

*Л. В. Иванова*

*Тольяттинский государственный университет, Тольятти*

*Цифровизация СМИ требует от выпускников вузов по направлению «Журналистика» владения компетенциями, востребованными при производстве материалов для мультимедийной платформы. Их формирование может происходить при изучении дисциплины «Жанры и форматы мультимедийной журналистики». Статья содержит предложения по ее содержательному наполнению с учетом современных трендов развития мультимедийных массмедиа.*

**Ключевые слова:** жанры, форматы, мультимедийная журналистика, спецпроект.

Появление в медиасфере высокотехнологичных СМИ, активно использующих различные сервисы и мультимедийные возможности представления информации, развитие конвергентных редакций, профессиональная миграция выпускников, в том числе в федеральные центры, где сконцентрированы высокие технологии – ставят перед современным журналистским образованием в регионах дополнительные цели и задачи. В частности, цель – формировать у студентов направления «Журналистика» уровня бакалавриата первоначальных, а у студентов-магистрантов – устойчивых профессиональных компетенций, необходимых для производства мультимедийного журналистского контента для интернет-платформы.

Следует отметить, что данный вектор развития журналистского образования закреплен в стандартах нового поколения (ФГОС 3++). В них мультимедийные СМИ рассматриваются как «область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)», а готовность создавать журналистский продукт (или текст) в соответствии с «форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ» или осуществлять редакторскую деятельность «с учетом специфики разных типов СМИ» указываются как типы задач профессиональной деятельности, которые должен решать выпускник вуза.

Знакомство студентов направления «Журналистика» уровня бакалавриата со спецификой мультимедийной журналистики может начинаться с курса, посвященного ее жанрам и форматам. Однако надо понимать, что преподавание дисциплины сопряжено с рядом проблем. И прежде всего, с *терминологической*.

В соответствии с требованиями логического закона тождества, прежде чем рассуждать о чем-либо, необходимо определиться с объемом и содержанием понятий. Следовательно, требуется ввести в учебно-образовательный и профессиональный оборот основные дефиниции, входящие в название дисциплины. Доцент факультета журналистики МГУ Д. Ю. Кульчинская отмечает, что «несмотря на широкое поле практического применения мультимедиа, серьезных теоретических трудов, осмысляющих природу этого феномена, до сих пор немного» [11]. Тем не менее точек зрения, объясняющих понятие «мультимедийность», высказано немало, и отбор «рабочего» определения для дисциплины требует серьезного внимания.

В учебниках по интернет-журналистике мультимедийность рассматривается в качестве типологического признака сетевых СМИ и характеризуется как свойство цифрового представления информации в пределах одного ресурса с помощью нескольких медийных

платформ: «вербального текста, фотографии, аудио-, видео-, графики, анимации и других производных от них форм» [7. С. 63]. А. А. Калмыков и Л. А. Коханова уточняют, что применяться могут все «средства воздействия на потребителя-читателя, какие только возможны технически в данной системе: <...> от чисто литературных (выбора повествовательной стратегии и стилистики) через издательские (шрифты, верстка, иллюстрации) и вплоть до самых сложных компьютерных (звук, анимация, отсылка к другим нехудожественным материалам)» [8. С. 100]. М. А. Уланова отмечает, что обязательным свойством мультимедийности является использование технологий [17. С. 231], а А. А. Никитенко считает, что в отношении сайтов телекомпаний мультимедийность следует понимать «не как представление информации во множестве форматов, а как трансформацию доступа к ней, обеспечивающую наиболее адекватное соответствие запросам пользователя» [13. С. 163].

Для уяснения дефиниции «мультимедийность» нередко теоретики и практики массмедиа соотносят ее с понятием «конвергентность», выделяя сходства, различия и взаимосвязи.

Специфика мультимедийного формата, реализующего возможности конвергенции СМИ на цифровой платформе, глубоко осмыслена в статьях А. Г. Качкаевой, И. В. Кирия, К. Г. Коломеец, Н. Г. Лосевой, О. М. Силантьевой, Л. О. Телень, Т. Б. Тихомировой, М. Г. Филимонова, вошедших в сборник «Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные» [4], а также в статьях Е. Л. Вартановой, где она характеризуется как «представление различных по своей природе форматов информации в одном медийном источнике» [1. С.11].

Установить смысловые различия близких, но не равнозначных понятий также помогают научные рассуждения Д. Ю. Кульчицкой. Она считает, что «мультимедийность – это характеристика продукта, сделанного с использованием различных знаковых систем», а «конвергенция – это процесс сближения различных платформ» [10. С. 104]. Следуя ее логике, можно сделать вывод, что для мультимедийности принципиально важна знаковость, следовательно, кодирование и передача определенных значений, а для конвергенции – технологии. Близкие по смыслу суждения можно найти в статье И.В. Зиновьева «Возможности мультимедийной журналистики на современном этапе развития российских массмедиа»: «мультимедийность – это не механическое соединение разнородных информационных сред <...>, а творческий синтез новых форм и методов журналистской деятельности» [5. С. 84].

Авторы учебника «Мультимедийная журналистика», обращая внимание на строгую целесообразность соединения знаков и технологий, также подчеркивают, что мультимедийное представление интегрирует «в одном произведении самые разные способы передачи информации и использует целый комплекс методов воздействия на аудиторию» [12. С. 37]. О коммуникативной направленности мультимедийного формата, для которого характерна «комбинация знаковых систем с целью комплексного воздействия на пользователя», рассуждает и Д. Ю. Кульчинская [10. С. 101].

Обобщая научные взгляды, можно выделить сущностные признаки понятия «мультимедийность»: это формат представления информации в цифровой среде, для которого характерно объединение платформ, управляемых интерактивным программным обеспечением, а также гармоничное сочетание трех и более знаковых систем по принципу взаимодополнения и кумулятивности для более эффективной передачи информации и обеспечения максимального воздействующего эффекта на потребителя. Обязательными «атрибутом» формата являются гиперссылки. Отталкиваясь от данного определения, можно сформулировать природообразующие признаки мультимедийного журналистского текста: цифровое кодирование смыслов с помощью различных знаковых систем; автоматическое структурирование медиатекстов с помощью специальных программ

и сервисов; модульность (самостоятельность, целесообразность всех элементов); интеграцию (гармоничность сочетания знаковых систем); гипертекстуальность; интерактивность.

В учебно-образовательном процессе предложенные определения могут выполнять не только объясняющую функцию, но и выступать своеобразной системой критериев качества применения мультимедийных технологий при подготовке журналистских текстов.

Термин «формат» в рамках изучения дисциплины также может стать терминологической проблемой, учитывая разнообразие точек зрения ученых и журналистов-практиков на его определение. Не погружаясь в нюансы толкований смыслов понятия, можно разграничить его с семантически близкими терминами и тем самым обосновать целесообразность использования в теории и практике массмедиа для упорядочения профессионально-творческих действий.

Точкой отсчета для понимания феномена формата может стать определение, выработанное на основе синтеза точек зрения О.Р. Лашук [3] и С.К. Степанян [16. С. 13]: это стандарт трансформации информационного потока в способ его представления в зависимости от выбранной платформы и целевой аудитории. Формат – это категория, относящаяся к определенному дискурсу. Следовательно, мультимедийный формат журналистского дискурса – это стандарт полизнакового представления информации, то есть выбора типов знаков и способа их сочетания в зависимости от возможностей платформы и планируемых коммуникативных эффектов. В этом контексте мультимедийные инструменты выступают своеобразными «биологическими добавками», технологически усиливающими коммуникативную направленность, а зачастую, и коммерческую привлекательность дискурса. В зависимости от вариантов сочетания знаковых систем могут возникать мультимедийные субформаты.

Смысловое соотнесение понятий «жанр» и «формат» – еще один аспект терминологической проблемы дисциплины «Жанры и форматы мультимедийной журналистики», имеющий непосредственное влияние на формирование профессиональных компетенций студентов.

Жанр как категория текста, нацеленная на определенное оформление содержания для эффективного решения познавательной задачи, в мультимедийной среде не теряет своей сущности. В один и тот же формат могут быть «интегрированы» разные жанры (например, в формат сторителлинга – story, житейская история, портретный очерк, исповедь). Формат не может заменить жанр, он может «усилить» его коммуникативные ресурсы, может стать причиной процессов смещения и трансформации. Например, мультимедийный сторителлинг заметно меняет морфологические признаки репортажа, корреспонденции, комментария, очерка.

Разграничение понятий жанра и формата имеет принципиально важное значение в рамках рассматриваемой учебной дисциплины, так как помогает определиться с ее *содержательным наполнением*. В данном случае требуются ответы на вопросы: какие мультимедийные субформаты необходимо изучить со студентами, теорию каких жанров освоить. Проводить содержательную селекцию следует, основываясь на результатах изучения актуального дискурса СМИ.

В большинстве современных СМИ мультимедийный формат используется, преимущественно, при подготовке специальных проектов. При этом, если несколько лет назад такой тип контента представлял собой «мини-сайт (подсайт), открывающийся в отдельном окне со стартовой страницы <...> СМИ» [6. С. 80], то сегодня материалы раздела «Спецпроекты» совсем не обязательно уводят пользователя на новый «адрес». Издание «Коммерсант», информационное агентство «РИА-Новости» и информационный холдинг «РБК» предлагают познакомиться с ними непосредственно на собственных платформах.

Изучение дискурса спецпроектов, *интегрированных* с платформами СМИ, позволяет увидеть ситуацию жанрового выбора, понять, какие жанровые процессы происходят под влиянием мультиметизации.

В такого рода контенте разрабатываются актуальные оперативные поводы и проблемные ситуации, в связи с чем используются преимущественно оперативно-исследовательские (корреспонденция, комментарий) и аналитические жанры (статья, обозрение, версия) с мультимедийной структурой.

Очевидно, что мультимедийный формат стал катализатором процессов смешения жанров, породив гибриды, объединяющие различные платформы передачи информации (мультимедийная статья (мультискрипт), твиттер-репортаж (репортаж и новый формат ведения записей), видеокomentarий); «оживил» жанры, которые перестали пользоваться популярностью у печатных и интернет-СМИ. Например, рейтинг и блиц-портрет получили новые выразительные ресурсы благодаря мультиметизации.

Показательным примером трансформации структуры жанра под влиянием мультимедийных инструментов можно считать изменение морфологических признаков обозрения. Традиционно оно характеризовалось теоретиками как тип текста, представляющий «картину мира» за определенный период времени, и на ее основе демонстрирующий тенденции и закономерности общественного развития. Мультимедийное обозрение, сохраняя предметно-целевые характеристики традиционной модели, становится нелинейным текстом, а гипертекстом, объединяющим в гиперструктуру несколько журналистских материалов о ключевых событиях за определённый период времени.

*Сепарированные* «специальные проекты», сконструированные с помощью программного обеспечения как подсайты, открывающиеся в отдельном окне с главной страницы СМИ, – также пример мультимедийного формата. Они готовятся редакциями совместно с партнерами. Легко «расшариваются» как самостоятельные массмедиа. В них инструменты мультимедиа не только активно используются, но и являются абсолютно самоценной частью структуры. Такая практика распространена в сетевом издании «Лента.ру» (<https://lenta.ru/specprojects/>), в электронных версиях «Российской газеты» (<https://rg.ru/spec.html>), «Аргументов и фактов» (<https://aif.ru/special>), «Комсомольской правды» (<https://www.samara.kp.ru/best/msk/projects/>).

Сочетание платформ, технологий и знаковых систем внутри такого рода спецпроектов порождают конкретные субформаты мультимедийной журналистики. Аналитический обзор позволяет выделить наиболее популярные из них. Игра как формат используется в спецпроектах, когда необходимо сымитировать ситуацию и погрузить в нее аудиторию. Часто встречающийся в этом дискурсе жанр – это рекомендация (например, <https://game.refugee.ru>). Тесты – еще один мультимедийный формат, использующийся для стимулирования познавательной активности аудитории. Лидер в производстве данного контента – «Медуза». Распространенными форматами также являются мультимедийная история (например, <http://dreamsbehindthehijab.ru/16/>), презентация (<http://bel.ru.tilda.ws/present>), таймлайн (<http://revolution.aif.ru/>; <https://afghan.lenta.ru/>), агрегатор (<https://rusnano.tass.ru/hospital/>), путеводитель (гид) (<http://sevkavkaz.tass.ru/>), лонгрид. Мультимедийные истории делаются в жанрах очерка, путевых заметок, житейских историй, story; лонгриды – репортажа, очерка, аналитического реконструктора, рецензии, эссе и др. Из перечисленных форматов наиболее разработанными в плане теории и методики подготовки являются лонгриды [2; 9; 14] и таймлайны [15; 18].

Таким образом, актуальным вызовом времени для современного журналистского образования становится необходимость формирования у студентов компетенций, требующихся для производства мультимедийного контента. Ответом на вызов может стать дисциплина «Жанры и форматы мультимедийной журналистики».

В условиях практико-ориентированного обучения и ограниченного количества времени, выделяемого на изучение теории, решением проблемы полифонии научных трактовок может стать «алгоритмический подход», то есть выбор в качестве «рабочих определений» таких, которые будут максимально легко и понятно «конвертироваться» в «листик-рекомендации» профессионально-творческой деятельности. В частности, мультимедийность следует рассматривать как стандарт структурирования разнообразных знаковых систем, передающих определенное содержание о фактах и явлениях действительности с помощью специальных программ и технологий. В качестве признака, отличающего мультимедийный формат от традиционного, сочетающего тексты и визуальные образы, необходимо рассматривать равноправие платформ и способов кодирования информации.

Тематика дисциплины должна соответствовать современному состоянию мультимедийного дискурса СМИ, в частности, типологии спецпроектов. Для подготовки «интегрированного» контента требуется понимание процесса трансформации традиционных жанров под влиянием мультимедизации. Соответственно, следует изучать со студентами теорию популярных в мультимедийном дискурсе жанровых моделей, делая при этом акцент на использовании различных знаковых систем (фотографий, графиков, инфографики, аудио, видео и т.п.) и инструментов (гиперссылок, интерактивности) для решения познавательных и коммуникативных задач, уделять внимание тому, какое место они занимают в конкретной структуре.

Для производства сепарированных спецпроектов нужны знания форматов и технологий их упаковки, следовательно, дисциплину «Жанры и форматы мультимедийной журналистики» целесообразно изучать единым блоком с курсами «Цифровые, программные и сервисные инструменты журналиста» и «Мультимедиа инструменты, платформы и сервисы визуализации контента».

### Список литературы

1. Варганова, Е. Л. К чему ведет конвергенция СМИ? / Е. Л. Варганова. – Текст : непосредственный // Информационное общество. – 1999. – Вып. 5. – С. 11–14
2. Градюшко, А. А. Лонгрид как формат визуализации контента в современных интернет-СМИ / А. А. Градюшко. – Текст : непосредственный // Визуально-семантические средства современной медиаиндустрии : материалы Респ. науч.-практ. конф., 20–21 марта 2015 г., Минск / редкол.: С.В. Дубовик [и др.]. – Минск : Изд. центр БГУ, 2015. – С. 44–48
3. Динамика развития форматов и жанров в современных СМИ : методический семинар. – Текст : электронный // Медиаскоп. – 2009. – 22 июня. – URL: <http://www.mediascope.ru/node/416> (дата обращения 21.10.2020).
4. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А. Г. Качкаевой. – Москва, 2010. – 200 с. – Текст : непосредственный.
5. Зиновьев, И. В. Возможности мультимедийной журналистики на современном этапе развития российских масс-медиа / И. В. Зиновьев. – Текст : непосредственный // Знак : проблемное поле медиаобразования. – 2012. – № 1 (9). – С. 82–85.
6. Иванова, Л. В. Использование теории связей с общественностью в учебном процессе подготовки журналистов (на примере освоения формата «Спецпроект») / Л. В. Иванова. – Текст : непосредственный // Вестник Челябинского государственного университета. – 2016. – № 9 (391). – С. 78–86.
7. Интернет-СМИ : Теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. М. М. Лукиной. – М. : Аспект Пресс, 2010. – 348 с. – Текст : непосредственный.

8. Калмыков, А. А. Интернет-журналистика : учебное пособие / А. А. Калмыков, Л. А. Коханова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 383 с. – Текст : непосредственный.
9. Колесниченко, А. В. Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе / А. В. Колесниченко. – Текст : электронный // Медиаскоп. – 2015. – Выпуск № 1. – URL: <http://www.mediascope.ru/1691> (дата обращения: 03.12.2019)
10. Кульчицкая, Д. Ю. Мультимедиа и СМИ / Д. Ю. Кульчицкая. – Текст : непосредственный // Вопросы теории и практики журналистики. – 2012. – № 12. – С. 100–105.
11. Кульчицкая, Д. Ю. Мультимедиа как коммуникационный феномен: анализ зарубежных исследований / Д. Ю. Кульчицкая. – Текст : электронный // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2018. – № 6. – URL: <https://vestnik.journ.msu.ru/books/2018/6/multimedia-kak-kommunikatsionnyy-fenomen-analiz-zarubezhnykh-issledovaniy/> (дата обращения: 12.12.2019).
12. Мультимедийная журналистика : учебник для вузов / под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. – 416 с. – Текст : непосредственный.
13. Никитенко, А. А. Интерактивность, мультимедийность, гипертекстуальность как детерминирующие типологические признаки сетевых изданий / А. А. Никитенко. – Текст : непосредственный // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2009. – № 1. – С. 159–166.
14. Симакова, С. И. Мультимедийный лонгрид в самостоятельной работе студентов-журналистов / С. И. Симакова, Т. Б. Исакова. – Текст : электронный // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2017. – № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/multimediynyy-longrid-v-samostoyatelnoy-rabote-studentov-zhurnalistov> (дата обращения: 03.12.2019).
15. Симакова, С. И. Инструменты визуализации информации в СМИ: таймлайн / С. И. Симакова. – Текст : непосредственный // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. – 2017. – № 4. – С. 207–216.
16. Степанян, С. К. Формат печатного СМИ в современной российской медиаиндустрии : автореферат диссертации... канд. филол. наук / К. С. Степанян. – М., 2013. – 20 с. – Текст : непосредственный.
17. Уланова, М. А. Интернет-журналистика : практическое руководство : учебное пособие / М. А. Уланова. – М. : Аспект Пресс, 2014. – 257 с. – Текст : непосредственный.
18. Черкова А. И. Таймлайн как специфический вид журналистского творчества в Интернете: теория и практика / А. И. Черкова. – Текст : электронный // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2014. – № 2 (14). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/taymlyayn-kak-spetsificheskij-vid-zhurnalistikogo-tvorchestva-v-internete-teoriya-i-praktika> (дата обращения: 10.01.2020).

## **GENRE AND FORMATS OF MULTIMEDIA JOURNALISM AS A TRAINING DISCIPLINE AND A METHODOLOGICAL PROBLEM**

*L. V. Ivanova*

*Togliatti State University, Togliatti, L.Ivanova@tlttsu.ru*

*Digitalization of the media requires graduates of universities in the field of «Journalism» to possess the competencies that are in demand in the production of materials for a multimedia platform. Their formation can occur when studying the discipline «Genres and formats of*

*multimedia journalism». The article contains proposals for its content, taking into account modern trends in the development of multimedia mass media.*

**Key words:** genres, formats, multimedia journalism, special project.

### References

1. Vartanova, E. L. (1999) K chemu vedet konvergentsiya SMI? [What is Media Convergence Leading to?]. *Informatsionnoe obschestvo* [Information Society], Issue 5, pp. 11–14 (in Russ.).
2. Gradyushko, A. A. (2015) Longrid kak format vizualizatsii kontenta v sovremennyih internet-SMI [Longrid as a format of content visualization in modern Internet media]. *Vizualno-semanticheskie sredstva sovremennoy mediaindustrii : materialyi Resp. nauch.-prakt. konf., 20–21 marta 2015 g., Minsk* [Visual-semantic means of the modern media industry: materials of the Resp. scientific-practical Conf., March 20–21, 2015, Minsk], Minsk : Izd. tsentr BGU, pp. 44–48 (in Russ.).
3. Dinamika razvitiya formatov i zhanrov v sovremennyih SMI : metodicheskiy seminar (2009) [Dynamics of development of formats and genres in modern media: methodological seminar]. *Mediaskop*, June 22, available at: <http://www.mediascope.ru/node/416>, accessed 21.10.2020 (in Russ.).
4. *Zhurnalistika i konvergentsiya: pochemu i kak traditsionnyie SMI prevraschayutsya v multimediynnye* (2010) [Journalism and Convergence: Why and How Traditional Media Are Turning into Multimedia]. M., 200 p. (in Russ.).
5. Zinovev, I. V. (2012) Vozmozhnosti multimediynoy zhurnalistiki na sovremennom etape razvitiya rossiyskikh mass-media [Possibilities of multimedia journalism at the present stage of development of Russian mass media]. *Znak : problemnoe pole mediaobrazovaniya* [Sign: problematic field of media education]. No. 1 (9), pp. 82–85 (in Russ.).
6. Ivanova, L. V. (2016) Ispolzovanie teorii svyazey s obschestvennostyu v uchebnom protsesse podgotovki zhurnalistov (na primere osvoeniya formata «Spetsproekt») [Using the theory of public relations in the educational process of training journalists (on the example of mastering the «Spetsproekt» format)]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of the Chelyabinsk State University], No. 9 (391), pp. 78–86 (in Russ.).
7. Internet-SMI : Teoriya i praktika : ucheb. posobie dlya studentov vuzov (2010) [Internet media: Theory and practice: textbook. manual for university students]. M. : Aspekt Press, 348 p. (in Russ.).
8. Kalmyikov, A. A., Kohanova L. A. (2017) *Internet-zhurnalistika : uchebnoe posobie* [Internet journalism: a tutorial], M. : YuNITI-DANA, 383 p. (in Russ.).
9. Kolesnichenko, A. V. (2015) Dlinnyie tekstyi (longridyi) v sovremennoy rossiyskoy presse [Long texts (longreads) in the modern Russian press]. *Mediaskop*, Issue 1, available at: <http://www.mediascope.ru/1691>, accessed 03.12.2019 (in Russ.).
10. Kulchitskaya, D. Yu. (2012) Multimedia i SMI [Multimedia and mass media]. *Voprosyi teorii i praktiki zhurnalistiki* [Questions of theory and practice of journalism], No. 12, pp. 100–105 (in Russ.).
11. Kulchitskaya, D. Yu. (2018) Multimedia kak kommunikatsionnyiy fenomen: analiz zarubezhnykh issledovaniy [Multimedia as a communication phenomenon: analysis of foreign research]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika* [Bulletin of Moscow University. Series 10. Journalism], No. 6, available at: <https://vestnik.journ.msu.ru/books/2018/6/multimedia-kak-kommunikatsionnyy-fenomen-analiz-zarubezhnykh-issledovaniy/>, accessed 12.12.2019 (in Russ.).

12. *Multimediynaya zhurnalistika : uchebnik dlya vuzov* (2017) [Multimedia journalism: textbook for universities]. M. : Izd. dom Vyisshy shkoly ekonomiki, 416 p. (in Russ.).
13. Nikitenko, A. A. (2009) Interaktivnost, multimediynost, gipertekstualnost kak determiniruyuschie tipologicheskie priznaki setevyih izdaniy [Interactivity, multimedia, hypertextuality as determinants of typological features of network publications]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika* [Bulletin of the Voronezh State University. Series: Philology. Journalism], No. 1, pp. 159–166 (in Russ.).
14. Simakova S. I., Isakova T. B. (2017) Multimediynyy longrid v samostoyatelnoy rabote studentov-zhurnalistov [Multimedia longread in independent work of students-journalists]. *Vestnik Volzhskogo universiteta im. V. N. Tatischeva* [Bulletin of the Volga University. V. N. Tatishchev], No. 3, available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/multimediynyy-longrid-v-samostoyatelnoy-rabote-studentov-zhurnalistov>, accessed 03.12.2019 (in Russ.).
15. Simakova, S. I. (2017) Instrumentyi vizualizatsii informatsii v SMI: taymlayn [Information visualization tools in the media: timeline]. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N. I. Lobachevskogo* [Bulletin of the Nizhny Novgorod University. N. I. Lobachevsky], No. 4, pp. 207–216. (in Russ.).
16. Stepanyan, S. K. (2013) *Format pechatnogo SMI v sovremennoy rossiyskoy mediaindustrii : avtoreferat dissertatsii... kand. filol. nauk* [Format of print media in the modern Russian media industry: dissertation abstract ... Cand. philol. sciences]. M., 20 p. (in Russ.).
17. Ulanova, M. A. (2014) *Internet-zhurnalistika : prakticheskoe rukovodstvo : uchebnoe posobie* [Internet journalism: a practical guide: a tutorial]. M. : Aspekt Press, 257 p. (in Russ.).
18. Cherkova, A. I. (2014) Taymlayn kak spetsificheskii vid zhurnalistikogo tvorchestva v Internetе: teoriya i praktika [Timeline as a specific type of journalistic creativity on the Internet: theory and practice]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya* [Sign: the problem field of media education]. No. 2 (14), available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/taymlayn-kak-spetsificheskii-vid-zhurnalistikogo-tvorchestva-v-internete-teoriya-i-praktika>, accessed 10.01.2020 (in Russ.).

**Иванова Людмила Викторовна**, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры «Журналистика», Тольяттинский государственный университет.

L.Ivanova@tltsu.ru