

DOI: 10.33184/dokbsu-2026.2.5

Нарративные инструменты медиатекста в условиях цифровой трансформации СМИ

А. Г. Асташкин

Уфимский университет науки и технологий

Россия, Республика Башкортостан, 450076 г. Уфа, улица Заки Валиди, 32.

**Email: antonastashkin@vk.com*

В статье рассматривается специфика функционирования нарративных инструментов медиатекста в условиях современных цифровых медиа. Анализируются процессы изменения текстовой структуры под влиянием мультимодальности и гипертекстовости. Предлагается развернутая авторская систематизация нарративных инструментов, применяемых в печатных, экранных и цифровых форматах, с учетом особенностей платформенного потребления контента.

Ключевые слова: медиатекст, нарратив, нарративные инструменты, цифровая трансформация СМИ, сторителлинг, мультимодальность, цифровые медиа.

Сегодня цифровизация масс-медиа, кажется, поменяла не просто способы доставки контента, но и саму глубинную суть медиатекста. Он больше не работает только как носитель какой-то информации, выстроенной в линию [1, с. 12]. В современной среде текст все чаще выступает в роли такого гипертекстового и мультимодального узла, который должен собирать внимание читателя и как-то направлять его опыт восприятия. В этих реалиях роль нарративных инструментов резко возрастает, потому что именно они отвечают за связность, выразительность и в конечном итоге за вовлечение аудитории в материал.

Особенно сильно это видно в новых цифровых форматах – лонгридах, спецпроектах, постах в социальных сетях. Здесь сообщение строится не только словами, но и картинками, ссылками, версткой, даже интерактивными модулями [2, с. 45]. Актуальность нашей работы связана с тем, что, несмотря на множество исследований цифрового сторителлинга, сама система нарративных инструментов как особого медийного уровня изучена фрагментарно [3; 4, с. 695].

Современная наука понимает медиатекст как довольно сложную коммуникативную структуру на стыке разных кодов – от языковых до технологических [5]. Особенность текста в цифре – это его модульность и платформенная зависимость. Линейное повествование все больше дробится на фрагменты [6]. И тут на первый план выходит

нарратив, но не просто как рассказывание истории, а как механизм организации фактов, задающий им смысловую рамку и эмоциональную окраску [7]. Нарратив превращает хаос информации в цельную историю, которую можно понять и прочувствовать [8, с. 18]. Под нарративными инструментами мы предлагаем понимать совокупность вербальных, композиционных, визуальных и интерактивных приемов, создающих эффект истории. При этом важно отметить, что в условиях цифровизации эти инструменты образуют систему, которая жестко привязана к формату и каналу распространения [9–10].

Переходя к практической плоскости нашей проблемы, мы считаем необходимым предложить подробную авторскую классификацию нарративных инструментов. Для удобства мы опираемся на логику «канал – формат – инструмент», поскольку именно канал связи диктует базовые физические ограничения восприятия текста.

Начнем с печатных и текстово-визуальных медиа. Тут главная специфика в том, что автор текста вообще никак не управляет временем читателя. Читатель может пробежать глазами по диагонали, начать с конца или пропустить целый абзац. Поэтому в таких форматах, как газета или ежедневный информационный бюллетень, нарратив собирается исключительно за счет архитектуры текста. У автора мало места, нужно сразу цеплять внимание. Здесь главным инструментом выступает плотность событийного ряда и жесткая фокализация – обычно через фигуру репортера как очевидца или участника событий. Работают механизмы изоляции смыслов, когда ключевая фраза выносится в отдельный абзац, чтобы заставить человека споткнуться взглядом и осмыслить прочитанное.

В журнальных текстах, таких как аналитический очерк или колонка, на первый план выходит уже личность автора. Это нарратив от первого лица, я-высказывание. История строится не на сухих фактах, а на авторской рефлексии. Очень интересным инструментом здесь является ретроспективное переозначивание, когда самый обычный, рутинный эпизод из прошлого вдруг получает совершенно новый, драматический смысл в момент рассказа.

Отдельно стоит сказать про визуальный сторителлинг на бумаге – комиксы, зины или фотоистории. Тут текст работает скорее как навигатор, а основную повествовательную нагрузку берет на себя графика. Мы выделяем такой инструмент, как пространственное картирование. Нарратив разворачивается прямо на плане или схеме: читатель движется глазами по стрелкам или номерам и таким образом считывает историю в пространстве, а не во времени. Не стоит забывать и про так называемый «воздух» (тот самый white space). Когда на странице оставляют много пустого пространства вокруг абзаца – это не просто прихоть верстальщика. Это вполне осознанный прием, который как бы выхватывает нужный смысл из общего потока и заставляет читателя сделать драматическую паузу перед тем, как идти дальше.

Если же взять экранные медиа, будь то документалки или классическое ТВ, картина меняется кардинально. С текстом читатель волен делать что хочет, а вот тут начинается жесткий диктат автора. Никто не даст зрителю пролистнуть скучную сцену или как-то ускорить телевизионный репортаж. Отсюда вытекает главное: сторителлинг здесь опирается в первую очередь на темпоритм. То, как склеены кадры, какой идет звук, как именно диктор интонирует за кадром – за счет всего этого и удерживается фокус внимания.

Обычный телевизионный сюжет чаще всего эксплуатирует рамку «было – стало» (решение конфликта в лоб через монтажный контраст). А вот форматы посложнее, те же спецрепы или мокьюментари, любят играть с параллельным монтажом. Нам просто показывают две совершенно разные линии, которые в конце концов обязательно столкнутся. Для нагнетания эмоций отлично работает долгая панорама. Режиссер просто тянет кадр без склеек дольше привычного, чтобы зритель успел, что называется, «подышать» атмосферой эпизода, пока никто ничего не говорит.

Ну и самое интересное, пожалуй, начинается в онлайн. Цифровая среда сама диктует, как надо рассказывать истории. В ленте соцсетей или в том же Telegram любой текст бьется за выживание среди тысяч других постов. Выживает тот, кто умеет делать визуальный хук прямо в первой строчке. Если нарратив не цепляет до того, как появится кнопка «показать полностью» или «читать далее» – все, мы потеряли аудиторию. Отсюда это бесконечное дробление абзацев и использование эмодзи. Причем смайлики тут стоят вообще не для красоты – это такие структурные костыли, которые помогают разбить текст на визуальные блоки.

С большими форматами (теми же лонгридами) история собирается вообще из кусков разных модальностей. Человек читает пару абзацев, тут же запускает видеоврезку, потом крутит интерактивную карту. Грубо говоря, это постоянное чередование модальностей, которое нужно только для одного – чтобы пользователь не заскучал. А если проект еще и интерактивный, то сам интерфейс жестко встраивается в сюжет. Тебе нужно нажать кнопку, сделать свайп или выбрать реплику – и вот ты уже не просто пассивный наблюдатель, а практически соавтор того, что происходит на экране.

Для того чтобы как-то наглядно структурировать все эти наблюдения, мы свели основные инструменты разных форматов в единую таблицу. Это позволяет увидеть, как одна и та же нарративная функция трансформируется в зависимости от медианосителя.

Таблица

Специфика реализации базовых нарративных функций в различных медиаформатах

Нарративная функция	Видеосюжет (ТВ)	Лонгрид (Веб)	Пост (Telegram)	Очерк (Печать)
Вход в историю	Первый кадр + синхрон	Лид-абзац + обложка	Хук до слова «еще...»	Деталь–зачин
Герой/субъект	Интервью, крупный план	Персонаж в тексте	Упоминание лица	Портрет героя
Конфликт	Монтаж «до/после»	Таймлайн, сравнение	Оппозиция тезисов	Внутренний конфликт
Управление темпом	Длина кадра, склейки	Смена модальностей	Ритм абзацев, пробелы	Авторская интонация
Смысловой акцент	Стоп-кадр, пауза	Инфографика, цитата	Эмодзи, жирный шрифт	Курсив, отступление
Завершение (финал)	Стендап корреспондента	Открытый вопрос	Призыв (кнопка)	Афоризм, образ

Как наглядно демонстрирует таблица, базовые нарративные функции (такие как необходимость ввести читателя в историю, задать конфликт или расставить смысловые акценты) никуда не делись. Они присутствуют во всех без исключения форматах. Разница кроется именно в инструментарии. Если на телевидении конфликт подчеркивается визуально через монтаж, то в лонгриде мы сделаем это через интерактивный таймлайн, а в печатном очерке будем выписывать словесное противоречие. Это еще раз подтверждает мысль о том, что нарративная логика универсальна, а инструменты – платформенно-специфичны [11].

Подводя итог, хочется сказать, что цифровая трансформация не убила нарратив. Она просто сделала его гораздо сложнее и многограннее. Вообще, главная ловушка современной медиаиндустрии – это иллюзия универсального контента. Мы почему-то привыкли думать, что если написан классный, фактурный текст, то его можно просто нарезать на куски и раскидать по разным платформам. Но на практике это так не работает. Текст из классической газеты, бездумно скопированный в паблик социальной сети или в Telegram-канал, теряет главное – свою внутреннюю пружину. Он становится мертвым. Потому что в газете читателя держит верстка и сам формат бумаги, а в соцсети человек скроллит ленту с бешеной скоростью, и там нужен визуальный хук, другая плотность абзацев, другой ритм выдачи информации. Именно поэтому предложенный нами подход (движение от канала к формату и далее к конкретному инструменту) – это не просто теоретическая надстройка. Это насущная практическая необходимость. В аудитории, когда мы работаем со студентами-журналистами или

специалистами по медиакоммуникациям, постоянно всплывает одна и та же проблема. Ребята умеют искать информацию, умеют складывать слова в грамотные предложения, но совершенно не чувствуют саму платформу. Они пытаются впихнуть телевизионный закадровый текст в формат цифрового лонгрида, или пишут сценарий для короткого вертикального видео по законам классического печатного очерка. И только когда начинаешь разбирать с ними текст на уровне конкретных гаек и шестеренок – вот здесь у нас модальное чередование, а здесь клиповая сегментация, – приходит понимание специфики.

В сухом остатке, цифровая среда ни в коем случае не отменила феномен сторителлинга. Да, линейное вдумчивое чтение постепенно уходит на второй план. Да, мы имеем дело с клиповым восприятием и тотальным дефицитом внимания. Но потребность аудитории в истории никуда не исчезла, она стала даже острее. Просто теперь история собирается иначе. Нарратив стал гипертекстовым, мультимодальным, иногда даже интерактивным, когда интерфейс сам по себе становится частью сюжета. И чтобы управлять таким сложным конструктом, старой базовой филологии уже откровенно не хватает. Нужна актуальная инженерия текста, понимание того, как механика платформы диктует законы повествования.

Нарративные инструменты медиатекста сегодня – это предельно гибкая система, которую нужно уметь настраивать под конкретную задачу. Поэтому наша дальнейшая цель – перевести эту классификацию из чисто академической плоскости в прикладную. Все это приводит к выводу, что в профессиональной и образовательной среде назрела объективная необходимость систематизировать накопленный опыт и разработать полноценный интерактивный справочник нарративных инструментов. Идея заключается в том, чтобы создать не просто еще одну монографию на полке, а рабочий сервис для тех, кто пишет. Чтобы студент или практикующий специалист мог выбрать нужный ему канал, определить формат и получить исчерпывающий набор инструментов с объяснением их механики и живыми примерами. Только так можно научить новое поколение медийщиков не просто производить безликий контент, а осознанно конструировать истории, которые будут жить и работать в любой цифровой среде.

Литература

1. Мансурова В. Д. Цифровая каллиграфия современного журналиста: власть digital-контента // Вестник Московского ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2017. №4. С. 17–33.
2. Качанов Д. Г. Нарратив в мультимедийной журналистике: анализ российских и зарубежных медиапроектов // Вестник Московского ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2020. №1. С. 79–101.
3. Вартанова Е. Л. Медиатекст в эпоху цифровых платформ: возможности и угрозы // Медиаскоп. 2022. №2. URL: <http://www.mediascope.ru/2814>

4. Касперович-Рынкевич О. Н. Аудиовизуальные форматы в социальных медиа как инструмент медиакommunikации с аудиторией СМИ. В сб.: Язык в координатах массмедиа: материалы VI Междунар. науч.-практ. конф. (Санкт-Петербург, 30 июня – 2 июля 2022 г.). Спец. вып. 9 / отв. ред. В. В. Васильева. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2022. С. 693–698.
5. Ахренова Н. А., Зарипов Р. И. Лингвопрагматические характеристики современного поликодового мультимодального медиатекста в контексте информационной среды // Медиалингвистика. 2023. Т. 10. №4. С. 428–449.
6. Анненкова И. В., Хорина К. А. Типы конвергентности современного медиатекста // Медиаскоп. 2018. №1. URL: <http://www.mediascope.ru/2864>
7. Чанышева З. З. Меганарратив как инструмент структурирования медийной информации // Медиалингвистика. 2021. URL: <https://medialing.ru/meganarrativ-kak-instrument-strukturirovaniya-medijnoj-informacii/>
8. Колесниченко А. В. Типология мультимедийных форматов новостных публикаций // Вестник Московского ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2024. №3. С. 122–143.
9. Шляхова С. С., Колесник А. Ю. Поликодовый текст в диджитал-коммуникациях вуза: контент, графика, иллюстрации // Медиалингвистика. 2024. URL: <https://medialing.ru/polikodovyj-tekst-v-didzhital-kommunikacijah-vuza-kontent-grafika-illyustracii/>
10. Писаревская Н. С. Медиатекст в цифровую эпоху: трансформация медиаформатов // Русскоязычный лингвистический бюллетень. 2025. №69. DOI: 10.60797/RULB.2025.69.10.
11. Шевченко Д. А. Медиалингвистический анализ трансформации языка современной новостной журналистики в условиях цифровизации медийного пространства // Вестник Воронежского гос. ун-та. Сер.: Филология. Журналистика. 2025. №3. С. 175–177.

Статья рекомендована к печати
кафедрой русской, зарубежной литературы
и издательского дела ИГСН УУНиТ
(д-р. фил. наук, проф. Г. Г. Ишимбаева).

Narrative tools of media text in the context of digital transformation of mass media

A. G. Astashkin

*Ufa University of Science and Technology
32 Zaki Validi st., 450076 Ufa, Republic of Bashkortostan, Russia.*

**Email: antonastashkin@vk.com*

The study examines the functioning of media text narrative tools within modern digital platforms. The research aims to systematize narrative techniques according to the logic of “channel – format – tool”. The author analyzes the transformation of textual structure under the influence of multimodality and hypertextuality. As a main result, a detailed classification of narrative tools for print, screen, and digital media formats is proposed, demonstrating the universal nature of narrative logic and platform-specific mechanisms of its implementation.

Keywords: media text, narrative tools, digital transformation, storytelling, multimodality.