А. Ю. КРАМЕР

Мультимедийность и мультимодальность применительно к журналистике

Мультимедийность и мультимодальность рассматриваются как ключевые системные качества мультимедийного журналистского артефакта (произведения), потенциально имеющего синэстетический эффект, что делает возможным анализ мультимедийного / мультимодального журналистского артефакта (произведения) с позиций «принципа дополнительности» — при условии параллельного включения в анализе двух взаимоисключающих систем описания процессов смыслопорождения: континуальной и дискретной.

Ключевые слова: мультимедиа; мультимодальность; смыслопорождение; синэстетизация; принцип дополнительности.

A. KRAMER

Multimediality and multimodality with regard to journalism

The article interprets multimediality and multimodality as qualities that determine an emergence of a multimedial “semiotic artifact” (journalistic ‘opus’). These qualities imply synesthetic effect and thus lead to a possibility for analysis of multimedia / multimodal “semiotic artifact” (journalistic ‘opus’) using “complementarity” principle — notably, with simultaneous and collateral use of mutually exclusive descriptive systems — continual and discrete.

Keywords: multimediality; multimodality; meaning-generation; continuity; principle of complementarity.

Для целей данной работы вводим следующую формулировку: «Журналистика — легитимная актуализация общественно значимых смыслов в повседневном здесь и сейчас». Мы подчеркиваем «смысл» как ключевой концепт, в той мере, в какой могут существовать практики повседневного осмысления коммуникаций. Мы рассматриваем практики именно как взаимодействия в рамках единого поля и в момент взаимодействия: «Смысл существует исключительно как смысл использующих его операций, а значит, лишь в тот момент, когда он этими операциями определяется — не раньше и не позже» [1, с. 46].

Классическая модель, в котором журналист или редакция выступает как «автор», а читатель (аудитория) как «распределенный потребитель», радикально изменилась: журналист и читатель становятся и создателями, и потребителями одного и того же контента. Соответственно радикально меняются все (или почти все) коммуникативные конвенции: так, например, взаимодействие «автора» с «читателем» объявляется взаимодействием потребителей с платформой предоставления контента; интерактивность понимается «как обмен сообщениями между сайтом и пользователями» [5, с. 166]; жанры трактуются как «рамочные соглашения между потребителями и производителями, направленные на помощь потребителям в целях чтения и интерпретации культурного продукта» [11, с. 102].

Заметим: почти все мультимедийные СМИ так или иначе предполагают компьютерное представление. Исходя из этого, мы будем далее говорить о «мультимедийности» и «мультимодальности» как системных эффектах медиа — вне зависимости от платформы или способа представления (иначе мы обречены говорить не о процессах, а о технических устройствах).

Мы понимаем мультимедийность как качество полной управляемости комплексного мультимодального контента потребителем (пользователем). Возможность выключить/ переключить, модифицировать явным или неявным образом включена в контент и является его неотъемлемой частью.

Мультимодальность мы рассматриваем как качество, системно и взаимозависимо связывающее контент со средствами его доставки, сенсорными каналами и культурно обусловленными механизмами смыслопорождения [17; 18]. С точки зрения нейропсихологии моно-модальности не существует, поскольку перцептивные каналы мультимодальны по своей природе [15; 21]; однако для практических целей «мономодальными» называют медиа, в которых максимально преобладает только один сенсорный канал. Отметим: концепт «модальности» относится к объектам как знаковой, так и незнаковой природы; любая констелляция модальностей может быть выражена посредством мультимедийного представления.

Важная проблема: трансформация мультимедийности путем передачи права и, в дальнейшем, возможности управления контентом так называемым «рекомендательным автоматом» (MCR/CBR systems) и системам автоматической обработки текста, — что, в свою очередь, превращает классическую ситуацию gatekeeping'a в ситуацию с угрозой потери контроля контента потребителями в силу передачи контроля системам искусственного интеллекта.

Еще 30 лет назад Ж. Эллюль писал: «Мы не можем ждать накопления адаптаций; мы должны сразу создать тип человека, который нужен машинам» [12, с. 138]. Попытка вырастить «multiskilled journalism» (как способность в одиночку создать мультимедийный продукт) привела на данный момент вовсе не к ожидаемому сдвигу к «мультимодальному мышлению» журналиста, но к размытию журналистских специальностей, чему редакции (по крайней мере, новостные) активно сопротивляются [19, с. 279].

Замечание про текст

Фундаментальное противопоставление устного и письменного — «res facta vs. res improvisus» — существует в европейской культуре с XVI в. Европейская культура — единственная «опусная» [4], т. е. полностью (в идеале) зафиксированная в композиционно завершенных «произведениях». Как следствие, исторически сложилась «презумпция текста», вынуждающая исследователей в любой коммуникативной ситуации искать отграниченные сущности или единицы знаковой природы (элементы кода или языка). Анализ мультимедийных/мультимодальных «семиотических артефактов» (sic!) с помощью лингвоцентрированных инструментов будет как минимум неполным; интуитивно для исследователей это очевидно, что порождает внутренне противоречивых [2] «понятийных кентавров» — таких как «медiateкст», «креолизованный», «поликодовый», «структурно-неоднородный» текст и т. п.

Мультимедийность и интермедиальность

Сюжет в истории художественного авангарда 1960-х, связанный с движением «флюксус» и идеях о «синтетических» произведениях искусства с эффектом «интермедиальности» — которые «лежат между литературой и визуальным искусством, так, что мы не можем иметь дело с каждым истоком по отдельности, но только одновременно» [16, с. 19], — совпал по времени с трансформацией понимания мультимедийности — теперь как «многоканальной коммуникации» [23, с. 18].

Концепты «многоканальности» и «интермедиальности» обозначили поиск такого нового системного качества мультимедиа, которое могло бы «оказывать эффект, аналогичный синестезии» [22, с. 329]. Заметим, что речь идет о новом

качестве синтеза (начиная с замысла «мультимедийного артефакта»), которое отличалось бы от игр в «модальные кубики».

Несколько позже для мультимедиа ключевой становится проблема гаптики (активного осязания), которая гораздо шире истории с кликами компьютерной мышью или экранными жестами, — гаптика (а также проприоцепция), как важные каналы «приращения смысла», связывают нас с миром здесь и сейчас — это оказывается критически важным при разговоре о перспективах виртуальной реальности, потому что фактически мы имеем дело именно с мультимедийным/ мультимодальным моделированием синэстезии. Именно на эту тему, например, современная идея «иммерсивной» — с эффектом присутствия — журналистики [10]. Технически подобные идеи нереализуемы до сих пор; ничего лучшего, чем «костюмы виртуальной реальности» и «прямая трансляция в мозг» футурологам медиа в голову не приходит, а жаль.

Вокруг конвергентности

Конвергентность в общем смысле обозначает эмерджентность «сходимости» разномодальных медиа в единую систему; конвергентность обычно привязывается к концепту «платформы», причем тут возможны диаметрально противоположные варианты: как *«возможность доставки разных медиа-каналов через одну цифровую платформу»* [20, с. 237], или *«переплетение форм взаимодействия и воспроизведения, с использованием более или менее стандартизованных практик для легкого переноса контента с одних медиа в другие»* [13, с. 217], так и *«производство единого контента для (одновременно) разных платформ доставки»* [9, с. 8].

Интересно, что в «допланшетную» эпоху «сходимость» разномодальных медиа означала возможность *«перемещения семиотического материала из одной модальности в другую»* [6, с. 175] — иначе, «гетеромодальный перевод» контента. В наши дни идея «перевода» оказалась «свернута» в свойство одновременной дистрибуции разнородного мультимедийного контента по принципу распределенного преподнесения одной темы в разных мультимедийных/ мультимодальных «поясняющих вариациях» на разных, но взаимосвязанных («коалиционных») площадках. В результате возникает эффект, который — если соединить идеи «единства поля» П. Бурдьё и «действия-в-контексте» Г. Гарфинкеля, с поправкой на сетевые формы взаимодействий, — мы называем «распределенным пониманием», возникающим в сетях кооперативного взаимодействия и порождающим, в свою очередь, сети «распределенных смыслов». В таких сетях классическая игра медиа в «соревнование за доверие» трансформируется настолько, что речь уже идет о размывании границ журналистики как таковой [7]. Анализ таких трансформаций в оптике анализа взаимозависимых практик создания — доставки — осмысления — обратной связи может оказаться важным инструментом оперативной диагностики изменений (в том числе институциональных) в журналистике.

«Принцип дополнительности»

Термин «принцип дополнительности» мы используем в смысле возможности максимально полного описания мультимедийного/ мультимодального артефакта (в том числе «журналистского произведения») только при условии параллельного включения в анализе двух взаимоисключающих систем описания: континуального (условно, «потокowego») и дискретного (условно, «квантового»).

Впервые на дуализм дискретного-континуального обратили внимание музыковеды. Как писала И. Нехаева: *«уже само собой разумеющимся представляется исследование не искусства музыки, а «музыкального языка», что,*

по сути, элиминирует музыкальную материю (языком. — А. К.), и нивелирует действие познавательной способности» [3, с. 62].

Проблема здесь в «презумпции зафиксированности»: аудиозаписи можно анализировать методами акустики, но понятным этот язык описания для, например, филолога или музыковеда станет только при наличии метаязыка второго порядка — что, в свою очередь, из-за принципиальной разницы в природе объектов описания, может потребовать радикального изменения отношения к языку как к таковому.

Использование «принципа дополнительности» наталкивается на мировоззренческую дилемму. Или (вариант А) мы принимаем за исходную посылку, что мы изначально окружены знаками (мир состоит из отграниченных сущностей знаковой природы, — фактически, элементов языка), и следовательно, готовыми смыслами (или наборами возможных «конвенций» или «смысловых перспектив»). Или же (вариант Б) мы принимаем за исходную посылку, что знак всякий раз порождается и смысл не предзадан (или предзадан — в определенных случаях как потенция или социальная конвенция) и также порождается всякий раз с мыслью в каждый момент осмысления, в момент действия, в момент коммуникации, — что, собственно, открывает возможности «двойной оптики».

Мультимедиа — если это сплав «на грани синэстезии», а не набор ready-made'ов, — в восприятии обладает свойством «длящихся состояний». И одновременно — с позиции мультимодальности — имеет вполне определенные и определяемые границы включенных в него смыслов. Отсюда следует, что если восприятие имеет континуальную (потокковую) природу, то осмысление воспринятого зависит от организации внимания, которое «квантует» воспринятое (за счет явного вычленения фигуры в фоне, правильнее говорить о «гештальт-квантах», ср. известные в когнитивистике метафоры внимания: «фильтр», «прожектор», «трансфокатор», «селектор» и т. п.).

Отметим, что исторически сложились системы имплицитных методов управления вниманием: чтение словесного письма «квантуется» пробелами, синтаксическими знаками и делением на абзацы; изображение квантуют композиционные приемы; характер изменения амплитудно-частотных характеристик «квантует» звучащее. Собственно, становящееся целое — это поток, в котором внимание последовательно, по ходу разворачивания, вычленяет сигналы значимых «гештальт-квантов».

И именно в этом, как представляется, может быть начальная точка для исследований мультимедийных/ мультимодальных артефактов «как процесса» на микроуровне — в моменты переключения внимания/ осмысления. Возможно исследовать, как за счет управления вниманием ожидаемыми или неожиданными сигналами разной природы (разной модальности) «складывается смысл»; как в поле внимания оказываются «указатели», куда и как «сбивается» внимание с указателей (или вообще их игнорирует); какие факторы внешней среды оказываются вовлечены и оказывают ли они влияние на «складывание смысла».

Если же это «мультимедийный» журналистский продукт, то — в силу мультимодальной природы и многослойности — для его понимания критически важна предсказуемость, и даже больше — когда можно схватить целое раньше его частей. Именно предсказуемость (сбывшееся ожидание) формирует жанр [8]; можно даже сказать, что жанр — это типичная история типичных сбывшихся ожиданий.

Отсюда следует, что журналист транслирует ожидаемые смыслы в ожидаемых формах и жанрах, — тогда жанры журналистики принципиально отличаются от жанров художественных, и задача у журналиста не творческая

(создание нового), а «креативная» — в той мере, в какой «креативная работа основана на индустриальных процессах» [14, с. 32]. Что становится очевидным при анализе «культурных индустрий».

Что, впрочем, ожидаемо.

Библиография

1. *Луман Н.* Общество как социальная система / Н. Луман. Общество общества [в 3-х кн.]. М. : Логос, 2011.
2. *Мартьянова И. А.* Противоречия лингвистической интерпретации медиатекста // Век информации. Медиа в современном мире. 2016. № 2 [Петербургские чтения: матер. 55-го межд. Форума, 21–22 апреля 2016 г.]. С. 84–85.
3. *Hexaeva И. Н.* «Музыкальный язык» как не-знаковая форма мышления, или несколько замечаний по поводу «застоявшейся традиции» // Научные ведомости БелГУ: Серия Философия. Социология. Право. 2010. № 20 (91). Вып. 14. С. 62–69.
4. *Сапонов М.* Искусство импровизации. М.: Музыка, 1982.
5. *Якунин А. В.* От «чтения» к «взаимодействию»: к вопросу о методологии семиотического анализа интерактивных медиа // Culture and Civilization. 2017. Т. 7, № 5А. С. 164–169.
6. *Bezemer J., Kress G.* Writing in Multimodal Texts: A Social Semiotic Account of Designs for Learning // Written Communication. 2008. Vol. 25. № 2. P. 166–195.
7. *Carlson M.* Introduction: The many boundaries of journalism // Boundaries of journalism: professionalism, practices and participation / ed. by M. Carlson, S. C. Lewis. NY : Routledge, 2015. P. 1–18.
8. *Cobley P.* Objectivity and Immanence in Genre Theory // Genre Matters: Essays in Theory and Criticism / ed. by G. Dowd, L. Stevenson, J. Strong. Bristol : Intellect, 2006. P. 41–54.
9. *Dal Zotto C., Lugmayr A.* Media Convergence as Evolutionary Process // Media Convergence Handbook. Vol. 1: Journalism, Broadcasting, and Social Media Aspects of Convergence / ed. by A. Lugmayr, C. Dal Zotto. Berlin : Springer, 2016. P. 3–16.
10. *De la Pena N., Weil P., Llobera J., Giannopoulos E., Pomes A., Spanlang B., Friedman D., Sanchez-Vives M. V., Slater M.* Immersive Journalism: Immersive Virtual Reality for the First-Person Experience of News // Presence. 2010. Vol. 19. № 4. P. 291–301.
11. *Denward M.* Designing, Implementing and Producing for Participation: Media Convergence in Practice // Media Convergence Handbook. Vol. 2: Firms and User Perspectives / ed. by A. Lugmayr, C. Dal Zotto. Berlin : Springer, 2016. P. 97–116.
12. *Ellul J.* What I believe. L.: Marshall Morgan and Scott, 1989.
13. *Erdal I. J.* Coming to Terms with Convergence Journalism: Cross-Media as a Theoretical and Analytical Concept // Convergence. 2011. Vol. 17. № 2. P. 213–223.
14. *Girard A.* Cultural industries: a handicap or a new opportunity for cultural development? Cultural industries, a challenge for the future of culture. UNESCO, 1982.
15. *Glasser M. F., Coalson T. S., Robinson E. C., Hacker C. D., Harwell J., Yacoub E., Ugurbil K., Andersson J., Beckmann C. F., Jenkinson M., Smith S. M. & Van Essen D. C.* A multi-modal parcellation of human cerebral cortex // Nature. 2016. Vol. 536. P. 171–178.
16. *Higgins D.* Horizons. UBU Editions, 2007.
17. *Hiippala T.* The structure of multimodal documents: an empirical approach. NY : Routledge, 2016.
18. *Kress G.* Multimodality: A social semiotic approach to contemporary communication. Abington : Routledge, 2010.
19. *Larrondo A., Domingo D., Erdal I. J., Masip P., Van den Bulck H.* Opportunities and Limitations of Newsroom Convergence // Journalism Studies. 2016. Vol. 17. № 3. P. 277–300.
20. *McPhillips S., Merlo O.* Media convergence and the evolving media business model: An overview and strategic opportunities // The Marketing Review. 2008. Vol. 8. № 3. P. 237–253.

21. *Spence C.* Crossmodal correspondences: A tutorial review // *Attention, Perception & Psychophysics*. 2011. Vol. 73. P. 971–995.
22. *Waterworth D. A.* Creativity and Sensation: The Case for Synaesthetic Media // *Leonardo*. 1997. Vol. 30. № 4. P. 327–330.
23. *Wilkinson G. L.* *Media in Instruction: 60 Years of Research*. Washington : Assoc. for Educational Communications and Technology, 1980.