

УДК 316.6

Нурбагомедова Зухра РабазановнаСанкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия
zukhra.journ@mail.ru, ORCID: 0000-0003-3761-3858

ТЕХНОЛОГИИ СОЗДАНИЯ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ИСТОРИЙ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ

В статье автор обращается к современным теоретическим данным по созданию мультимедийных историй. Цифровизация СМИ и постепенное развитие технологий приводят к тому, чтобы появились новые форматы для передачи информации. Их нужно учитывать и знать, чтобы создавать тексты, отвечающие требованиям времени. Особенно это актуально для решения проблемы удержания внимания аудитории. Как показывают различные исследования, вне зависимости от возраста людям нравятся истории, поданные в виде живого рассказа, сопровождаемого иллюстрациями, и неизменно вызывают живой отклик. Добавление в текст мультимедийных элементов делают текст запоминаемым и удобным для восприятия, поскольку он стимулирует образное мышление читателя. Мультимедийные истории способны не только развлечь аудиторию, но и упростить донесение до нее нравственных, социальных, политических и других важных смыслов. В этой работе проанализированы научные труды российских ученых за последние годы, посвященные цифровизации медиа, визуализации информации и новым актуальным журналистским форматам, а также проведено эмпирическое исследование российских онлайн-медиа. Были рассмотрены материалы наиболее популярных (по версии компании Медialogия) интернет-СМИ и агентств за сентябрь 2023 г., среди которых ТАСС, Лента.ру и «Комсомольская правда». Поскольку остаются востребованными эффективные способы вовлечения аудитории, исследовательский интерес медиаэкспертов концентрируется на изучении спецпроектов различных интернет-СМИ и выявлении технологий создания мультимедийных историй. Анализировались медиатексты, отобранные методом случайной выборки. Применялись также методы сравнения и описания. Исследование позволило определить особенности создания мультимедийных историй в сетевой среде. Вывод: редакции активно применяют искусственный интеллект (ИИ) для создания анимаций и изображений, привязанных к публикациям, тем самым способствуют росту качества мультимедийного продукта и привлечению внимания аудитории. К результативным приемам, используемым в медиатексте для воздействия на аудиторию, можно отнести соблюдение композиционных приемов его построения, использование цвета, интерактивность и другие.

Ключевые слова: мультимедийные истории, цифровизация медиа, сторителлинг, визуализация информации, онлайн-СМИ, жанр.



Нурбагомедов З. Р. Технологии создания мультимедийных историй в цифровой среде // Язык. Коммуникация. Общество: Электронный научный журнал. 2023. № 4 (4). С. 60-68.

Nurbagomedova Zukhra RabazanovnaSaint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia
zukhra.journ@mail.ru, ORCID: 0000-0003-3761-3858

TECHNOLOGIES FOR CREATING MULTIMEDIA STORIES IN THE DIGITAL ENVIRONMENT

In the article, the author refers to modern theoretical data on the creation of multimedia stories. The digitalization of the media and the gradual development of technologies lead to the emergence of new formats for the transmission of information. New formats need to be considered and known in order to create texts that meet the requirements of the time. This is especially important for solving the problem of retaining the attention of the audience. As various studies show, regardless of age, people like stories presented in the form of a live story, accompanied by illustrations, and invariably evoke a lively response. Adding multimedia elements to the text makes the text memorable and easy to read, because it stimulates the reader's imaginative thinking. Multimedia stories can not only entertain the audience, but also simplify the communication of moral, social, political and other important meanings to it. This paper analyzes the scientific works of Russian scientists in recent years devoted to the digitalization of media, information visualization and new relevant journalistic formats, as well as an empirical study of Russian online media. The materials of the most popular (according to the Medialogia company) online media and agencies for September 2023, including TASS, Lenta.ru, were reviewed and Komsomolskaya Pravda. Since effective ways of engaging the audience remain in demand, the research interest of media experts concentrates on studying special projects of various online media and identifying technologies for creating multimedia stories. Media texts selected by random sampling were analyzed. Methods of comparison and description were also used. The study allowed us to determine the features of creating multimedia stories in a network environment. Conclusion: editorial offices actively use artificial intelligence (AI) to create animations and images linked to publications, thereby contributing to the growth of the quality of the multimedia product and attracting the attention of the audience. The effective techniques used in the media text to influence the audience include compliance with compositional techniques of its construction, the use of color, interactivity and others.

Keywords: multimedia stories, digitalization of media, storytelling, visualization of information, online media, genre.



Nurbagomedova Z. R. Technologies for creating multimedia stories in the digital environment. Language. Communication. Society: Digital scientific journal. 2023. 4 (4): 60-68.

Постановка проблемы. Цифровая трансформация медиа повлекла за собою ряд изменений в области журналистики. В первую очередь, это связано с переходом на разнообразие новые платформы и форматы взаимодействия с аудиторией, освоением коммуникационных технологий для их применения в сети, а также экспериментами с различными жанрами. На сегодняшний день актуальна проблема привлечения и удержания внимания аудитории, так как конкуренция растет, а сама аудитория становится более избирательной. Сторителлинг становится искусством создания историй, своего рода технологий [Макки, 2016; A Creator's Guide..., 2012; Transmedia 2.0..., 2014]. Появляются практические пособия по созданию сценариев и техникам написания историй [Воглер, 2018]. Способов для вовлечения аудитории множество. В статье речь пойдет об одном из таких форматов – о мультимедийных историях, которые размещены на интернет-платформах СМИ.

Несмотря на доступность инструментов по созданию качественного и визуально привлекательного контента, многие авторы не придают этому значения. Для примера можно посмотреть региональные издания, которые допускают публикацию длинных текстов без разбивки на абзацы и подзаголовки, в которых нет фотографий, анимации и

других мультимедийных элементов. Такая подача информации препятствует ее запоминанию, мозг читателя устает от большого потока получаемых сведений, соответственно, эффективность таких текстов падает. Мультимедийные истории как раз способны решать проблемы такого рода, поэтому целесообразно применять их также и для освещения вопросов социально-значимого, нравственно-просветительского и рекламного характеров. Эту же мысль подтверждают исследователи трансформации журналистики в новых медиа: «Именно сфера просветительской журналистики позволяет успешно применять мультимедийные инструменты, актуализирующие онтологическую повестку российской журналистики, ее вечную миссию – просвещение аудитории» [Чутчева, Витвинчук, Лаврищева, 2021: 23].

Актуальность работы также объясняется тем, что на фоне политических событий, провокационных действий со стороны недружественных государств, перед СМИ как социальным институтом стоит задача включения в процесс просвещения народа. Например, через свои тексты информировать аудиторию, объяснять недружественные действия, их природы и причины, на доступном для каждого языке. У людей развито образное мышление, поэтому яркие истории, сопровождаемые примерами, смогут наиболее благоприятно на них повлиять. Визуально представленная информация лучше воспринимается и запоминается.

Целью этой работы является выявление эффективных технологий создания мультимедийных историй в современных онлайн-СМИ.

История вопроса. Исследователи на протяжении нескольких лет занимаются изучением процессов цифровизации. Прогнозировалось возможное исчезновение традиционных жанров журналистики, среди которых интервью, очерк, репортаж. Мы видим, что жанры в современном медиамире не исчезли, а стали применяться в новых форматах, то есть трансформировались [Выровцева, 2016]. Например, мультимедийные проекты включают в себя как интервью, так и видео, аудио, рассказ, тем самым расширяя воздействие на все органы чувств. Помимо этого, у читателей появилась возможность самим определять желаемый контент, искать нужную информацию по ключевым словам. А «взаимодействие различных приемов, методов, средств делает медиатекст многофункциональным, содержательным, интересным и оригинальным» [Барашкова, Выровцева, 2019: 11].

Сегодня нет недостатка в научных источниках, посвященных возникновению и развитию журналистских технологий в цифровой среде, выделим среди них ключевые работы, глубоко исследующие разные аспекты цифровизации медиа [Кульчицкая, 2014], визуализации информации, а также анализирующие роль мультимедийных жанров в российских СМИ [Колесниченко, 2023]. Процессы цифровизации ускорились, начиная с 2019 г., с момента, когда весь мир охватила пандемия коронавируса. Это

позволило развить новые способы донесения информации, научило оперативно работать в цифровой среде и определило главенствующую роль интернет-медиа, выявив их преимущества перед печатными аналогами [Самойленко, 2023].

Представители как российских, так и зарубежных СМИ обеспокоены привлечением внимания аудитории к своему медиа, поэтому вводят новые стратегии в развитие своего медиа. Процесс цифровизации и поиска новых технологий продолжается до сих пор. Помимо развития на различных платформах (через соцсети), издатели делают основной упор на привлечение аудитории к контенту через сайт [Градюшко, 2023], поиску способов управления вниманием аудитории [Павлушкина 2018]. Для удержания внимания аудитории помогают мультимедийные истории. Об эффективности такой технологии в научном дискурсе говорили еще в 2016 г., уже тогда было ясно, что «эффект воздействия мультимедийной истории существенно усиливается, переводит проблемы восприятия на более глубокий уровень, на котором происходит не просто получение информации о событии, а усвоение по-разному закодированных смыслов сообщения» [Прасолова, 2016: 118].

Важность включения мультимедийных элементов в журналистский текст подтверждают результаты исследования, проведенного М. Н. Кимом: «По мнению наших респондентов, журналистский текст на просторах интернета за последние десятилетия изменил свою семиотическую плоскость. Изображение, а не слово, становится доминирующей составляющей в любом сообщении. Просто текст – пусть даже самый интересный – вряд ли привлечет внимание аудитории, если в нем будет отсутствовать картинка или любое графическое изображение [Ким, 2023: 74].

Если мы зайдём на сайты различных медиа, то увидим, что важную роль в текстах играют мультимедийные элементы такие, как инфографика, тесты, игры, слайд-шоу. Не меньшую роль играет сам текст: когда читатель вовлечен с помощью только внешних данных, то он не задержится, если информация будет написана скудно и неинтересно. В таких случаях помогает как раз наличие сторителлинга. «Формат мультимедийной истории – это новый этап в развитии качественной журналистики, шаг к виртуальной реальности, к по-настоящему объемной и многомерной картине события» [Симакова, Панюкова, 2017:59].

Методика исследования. Применены методы сравнения и описания. Автором проанализированы популярные российские интернет-медиа на наличие в них мультимедийных историй. В выборку попали издания, вошедшие в топ-10 СМИ по версии Медиалогии – системы, которая занимается мониторингом и анализом средств массовой информации.

Случайная выборка материалов, расположенных на платформах Лента.ру, ТАСС, «Комсомольская правда», РБК, показала, что мультимедийные истории авторами

применяются в разделе «спецпроекты». Чаще всего они носят характер нативной рекламы. Помимо мультимедийных элементов, в них употребляется и сторителлинг – способ вовлечения аудитории через историю. У каждого издания свой подход к освещению информации. Представляем анализ публикаций, чтобы на этих примерах показать особенности создания мультимедийных историй.

Рассмотрим спецпроект Лента.ру, отражающий такое тематическое направление, как глобальное потепление [Ударная волна]. Как и предполагается мультимедийной историей, тут есть анимация, индивидуальный стиль, разделенность текста на абзацы: в каждом окне отдельный текст, сопровождаемый фоновыми рисунками. Примечательно, что авторами используется красный цвет, который может вызвать у аудитории эмоцию возбуждения и опасности. Это соответствует идее проекта – так больше людей откликнутся на текст. Анимированные изображения, оформленные как красные руки с указательным пальцем – тоже объект для привлечения внимания. В этом и отличие у этого формата от новостей – в запоминаемости информации. Безжизненная земля, красный и синий цвета и различные анимации только усиливают эмоциональную вовлеченность в нужном негативном ключе. Это показывает нам, что для каждой истории свои правила. В данном тексте не подошли бы цвета постельных тонов, потому что они успокаивают, а авторам нужен эмоциональный отклик.

Некоторые тексты из блока открываются в новой вкладке, в которой содержится длинный текст, но тут уже нет мультимедийности. Это затрудняет чтение. Представить сложно, что человек будет читать всю длинную статью. Чаще всего аудитория знакомится с любым материалом через смартфон. Поэтому необходимы мультимедийные истории, которые позволят мозгу отдохнуть. Феномен популярности социальных сетей можно объяснить этим же. Люди стремятся к отдыху, развлечениям. Интерактивность как раз позволяет выполнить функции «развлекая – поучай». На примере Ленты.ру можно заметить, что сегодня улучшилось качество мультимедийных историй. Тексты остались прежними, но интерактивность обрела качество, появились новые идеи, выражаемые через разные формы. Это уже говорит о том, что идет прогресс в этом развитии.

Другой пример из этого же издания [Трагедия и слава] посвящен описанию жизни британского моряка. Тут тоже применяется сторителлинг. «Серые глаза, крепко сжатые губы. Ни одной романтической черты...» – такими интригующими словами автор пытается вовлечь аудиторию в чтение текста. Примечательны и цветовые характеристики: тексты о трагедиях размещаются на черном фоне. Продуманное окружение текста различными атрибутами – это также способ воздействия на эмоции и погружение читателя в сам текст.

Для исследования взято также интернет-издание «Комсомольская правда». У этого медиа много ярких, информационно-насыщенных и привлекательных

спецпроектов. Есть интерактивное взаимодействие с аудиторией. Они делают мультимедийные проекты по различным рубрикам: общество, здоровье, экономика, туризм, спорт, наука.

Материал об уборке водоемов добровольцами [Журналист меняет профессию] автор начинает с повествования. В материале информация персонифицирована, мы знаем, кто автор и рассказчик, это вызывает доверие. Журналист приводит примеры того, как начали в России заботиться об окружающем мире. Цель автора – призвать людей убирать за собой мусор, ответственнее относиться к сохранению природы. Для этого проделана большая работа по привлечению внимания аудитории, основной упор этого материала – текст. Здесь как раз показывается то, что привлечь внимание аудитории к социальным проблемам автор пытается через мультимедийный сторителлинг. Здесь есть интервью, что еще раз доказывает смешанность традиционных жанров журналистики. Материал сверстан на платформе Tilda, что уже говорит о доступности возможностей для самостоятельного создания продуктов такого рода.

В проведенном журналистском расследовании о производстве пива [Журналист меняет профессию] тоже есть поучение, наставление, так как текст входит в рубрику «общество» и призван обратить внимание на социально-значимые проблемы. Автор через личную историю, воспроизведение диалога с соседом, желтое оформление текста (ассоциация с пивом) рассказывает про свое авторское расследование. Он приводит к мысли, что мы ответственны за свою жизнь и лучше дорогое и качественное пиво, чем дешевое и вредное. Тут не простая констатация фактов, а насыщенность примерами, что делает историю яркой и запоминаемой. Это еще раз доказывает, что через мультимедийные материалы можно воспитывать читателей.

Проекты ТАСС представлены как медиagalерея, где автор проходит по длинному полотну информации и сам выбирает, что читать. В материале про блокаду Ленинграда [Блокада Ленинграда] применены слайд-шоу, карты (схема маршрута), большая фотография. Тут мы видим, как авторы подбирают материалы согласно самому тексту. В этой исторической статье больший упор делается на самом тексте, на сторителлинге, который начинается так: «Два резких толчка, осколки оконного стекла, император Александр III, рухнувший на пол, ужас его супруги...». Благодаря образному описанию происходивших событий, репортажным элементам, детализация фрагментов этот рассказ о прошедших событиях воспринимается как сиюминутная реальность. Мы видим, что эта хорошо спродюсированная история и захватывающий сюжет позволяют не просто дочитать материал, но надолго оставить о нем впечатление, а также благодаря конкретным персонажам приблизиться к пониманию отечественной истории.

Добавим, что в выводах исследования, проведенного в 2017 г., говорится о том, что «очень мало изданий применяют несколько мультимедийных элементов

одновременно. Наиболее используемым мультимедийным элементом стали фотографии и видео» [Вырковский, Галкина, Колесниченко и др., 2017]. К настоящему времени ситуация сильно поменялась, производство информационного продукта сдвинулось в сторону мультимедийности, о чем свидетельствуют приведенные выше примеры.

Результаты. Проведенный анализ публикаций показал, что на сегодня через мультимедийные истории продвигаются идеи нравственно-просветительского и информационного характера. Рост таких публикаций говорит о том, что у аудитории растет интерес к такого рода публикациям: они ей понятны и необходимы. Исследование также показало, что мультимедийные истории актуальны по сей день. Техники их употребления улучшаются: если раньше для создания проекта нужна была целая команда и большие сроки, то сейчас в связи с развитием технологий этот процесс упрощается. К тому же искусственный интеллект позволяет генерировать идеи в изображения. Особенностями сегодняшних мультимедийных историй являются их насыщенность сторителлингом, архивными и обычными фотографиями, вставкой видео- и аудиоэлементов, сопровождением смыслом соответствующим цветовым оформлением. Все служит цели удержать внимание, заинтересовать динамикой событий, вызвать симпатию к главному герою.

Список источников

Барашкина Е.А., Выровцева Е.В. Колонка как вид медиатекста: учеб. пособие. Самара: Изд-во Самарского университета, 2019. 116с.

Берег добрых дел // Комсомольская правда. URL: https://www.kp.ru/putevoditel/spetsproekty/bereg-dobrykh-del/?utm_source=kp.ru&utm_campaign=anons&utm_term=top (дата обращения: 22.10.2023).

Блокада Ленинграда: как город жил, боролся и восстанавливался после войны // ТАСС. URL: <https://spec.tass.ru/znanie-blokada-leningrada/den-za-dnem/> (дата обращения: 22.10.2023).

Воглер К. Мемо: Секреты создания структуры и персонажей в сценарии: Практическое руководство. М.: Альпина нон-фикшн, 2018. 296с.

Выровцева Е. В. Мультимедийная история: технологии & творчество // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2016. № 5 (22). С.51–59.

Вырковский А. В., Галкина М. Ю., Колесниченко А. В., Образцова А. Ю., Вартаков С. А. Мультимедийные элементы в современном медиатексте // Медиаскоп. 2017. Вып. 3. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2364> (дата обращения 27.10.2023)

Градуюшко А. А. Платформизация в цифровой журналистике: новые стратегии медиапроизводства // Труды БГТУ. Сер. 4. Принт- и медиатехнологии. 2023. №1 (267). С.34–40.

Журналист меняет профессию // Комсомольская правда. URL: <https://www.kp.ru/best/kuban/peyte-pivo/> (дата обращения: 22.10.2023).

Игра в бизнес: Идеи-спагетти, сборщики мусора, вибратор и другие ингредиенты творческого допинга: учебное пособие / Стюарт Д., Симмонс М. М.: Альпина Паблишер, 2016. 252 с.

Ким М. Н. Инновационные практики в работе мультимедийных журналистов // Управленческое консультирование. 2023. №4. С.72–80.

Колесниченко А. В. Мультимедийные жанры в современных российских СМИ // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2023. №2.

Кульчицкая Д. Ю. Конвергенция и мультимедийность: точки пересечения и отличия // МедиаАльманах. 2014. №6. С.12–16.

Макки Р. История на миллион долларов: Мастер-класс для сценаристов, писателей и не только. 4-е изд. М.: Альпина нон-фикшн, 2016.

Павлушкина Н. А. Управление вниманием в цифровых медиа: преимущества и риски // Мультимедийная журналистика: сборник научных трудов / под ред. канд. филол. наук, доцента В. П. Воробьева. Минск: БГУ, 2018. 352 с.

Прасолова Е. В. Мультимедийная история: особенности восприятия массовой аудиторией // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение, журналистика. 2016. №1.

Самойленко Н. С. Конвергенция журналистики, медиакommunikаций и IT // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. 2023. №1 (48).

Симакова С. И., Панюкова С. А. Мультимедийная история и её особенности // Вестник ЧелГУ. 2017. №9 (405).

Трагедия и слава последней экспедиции Роберта Скотта // Лента.ру URL:

https://ledokol.lenta.ru/ledocol_scott/ (дата обращения: 22.10.2023).

Ударная волна // Лента.ру. URL: <https://wave.lenta.ru/> (дата обращения: 22.10.2023).

Чутчева А. В., Витвинчук В. В., Лаврищева М. С. Трансформация просветительской журналистики в условиях функционирования новых медиа // Меди@льманах. 2021. №2 (103).

A Creator's Guide to Transmedia Storytelling: How to Captivate and Engage Audiences Across Multiple Platforms, Andrea Phillips, 2012.

Transmedia 2.0: How to Create an Entertainment Brand Using a Transmedial Approach to Storytelling, Nuno Bernardo, 2014.

References

A Creator's Guide to Transmedia Storytelling: How to Captivate and Engage Audiences Across Multiple Platforms, Andrea Phillips, 2012.

A journalist changes his profession [Zhurnalists menyaet professiyu]. *Komsomolskaya Pravda*. URL: <https://www.kp.ru/best/kuban/peyte-pivo/> (date of application: 22.10.2023). (In Russ.)

Barashkina YE. A., Vyrovtsseva YE. V. (2019) *Kolonka kak vid mediateksta* [Column as a type of media text]: ucheb. posobiye. Samara: Izd-vo Samarskogo universiteta: 11. (In Russ.)

Bereg dobrykh del [Shore of good deeds]. *Komsomolskaya Pravda*. URL: https://www.kp.ru/putevoditel/spetsproekty/bereg-dobrykh-del/?utm_source=kp.ru&utm_campaign=anons&utm_term=top (date of application: 22.10.2023). (In Russ.)

Blokada Leningrada: kak gorod zhil, borolsya i vosstanavlivalsya posle vojny [The Siege of Leningrad: how the city lived, fought and recovered after the war]. *TASS*. URL: <https://spec.tass.ru/znanie-blokada-leningrada/den-za-dnem/> (date of application: 22.10.2023). (In Russ.)

Bereg dobrykh del [Shore of good deeds]. *Komsomolskaya Pravda*. URL: https://www.kp.ru/putevoditel/spetsproekty/bereg-dobrykh-del/?utm_source=kp.ru&utm_campaign=anons&utm_term=top (date of application: 22.10.2023). (In Russ.)

Chutcheva A. V., Vitvinchuk V. V., Lavrishcheva M. S. (2021) Transformatsiya prosветitel'skoy zhurnalistiki v usloviyakh funktsionirovaniya novykh media [Transformation of educational journalism in the context of the functioning of new media]. *Medi@l'manakh* [Medi@lmanah], 2 (103). (In Russ.)

Gradyushko A. A. (2023). Platformizatsiya v tsifrovoy zhurnalistike: novyye strategii mediaproizvodstva [Platformization in Digital Journalism: New Media Production Strategies]. *Trudy BGTU* [Works of BSTU]. Ser. 4. Print- i mediatekhnologii, 1 (267): 34–40. (In Russ.)

Igra v biznes: Idei-spagetti, sborshchiki musora, viagator i drugiye ingredienty tvorcheskogo dopinga: uchebnoye posobiye [Playing Business] (2016) / Styuart D., Simmons M. Moscow, Al'pina Publisher: 252. (In Russ.)

Kim M. N. (2013). Innovatsionnyye praktiki v rabote mul'timediynykh zhurnalistov [Innovative practices in the work of multimedia journalists]. *Upravlencheskoye konsul'tirovaniye* [Management consulting], 4: 72–80. (In Russ.)

Kolesnichenko A. V. (2023). Mul'timediynyye zhanry v sovremennykh rossiyskikh SMI [Multimedia genres in modern Russian media]. *Vestnik Moskovskogo universiteta*. [Bulletin of the Moscow University], Seriya 10. Zhurnalistika, 2. (In Russ.)

Kul'chitskaya D. YU. (2014) Konvergentsiya i mul'timediynost': tochi peresecheniya i otlichiya [Convergence and multimedia: points of intersection and differences]. *MediAAl'manakh* [Media Almanac], 6:12–16. (In Russ.)

Makki R. (2016) *Istoriya na million dollarov: Master-klass dlya stszenaristov, pisateley i ne tol'ko* [A Million Dollar Story: A master class for screenwriters, writers and more], 4-e izd. M.: Al'pina non-fikshn. (In Russ.)

Pavlushkina N. A. (2018) Upravleniye vnimaniyem v tsifrovyykh media: preimushchestva i riski [Attention management in digital media: Advantages and risks]. *Mul'timediynaya zhurnalistika: sbornik. nauchnyye trudy* [Multimedia Journalism] / pod red. kand. filol. nauk, dotsenta V. P. Vorob'yev. Minsk, BGU, 2018. (In Russ.)

Prasolova YE. V. (2016). Mul'timediynaya istoriya: osobennosti vospriyatiya massovoy auditoriyey [Multimedia history: features of mass audience perception]. *Vestnik RUDN* [Bulletin of the RUDN], Seriya: Literaturovedeniye, zhurnalistika, 1. (In Russ.)

Samoylenko N. S. (2023) *Konvergentsiya zhurnalistiki, mediakommunikatsiy i IT* [Convergence of journalism, media communications and IT] Aktual'nyye voprosy sovremennoy filologii i zhurnalistiki [Topical issues of modern philology and journalism], 1 (48). (In Russ.)

Simakova S. I., Panyukova S. A. (2017) Mul'timediynaya istoriya i yeyo osobennosti [Multimedia history and its features]. *Vestnik ChelGU*, [Bulletin of ChelSU], 9 (405). (In Russ.)

Tragediya i slava poslednej ekspeditsii Roberta Skotta [The Tragedy and Glory of Robert Scott's Last Expedition], *Lenta.ru*. URL: https://ledokol.lenta.ru/ledocol_scott/ (date of application: 22.10.2023). (In Russ.)

Transmedia 2.0: How to Create an Entertainment Brand Using a Transmedial Approach to Storytelling, Nuno Bernardo, 2014.

Udarnaya volna [Shock wave]. *Lenta.ru*. URL: <https://wave.lenta.ru/> (date of application: 22.10.2023). (In Russ.)

Vogler K. (2018) *Memo: Sekrety sozdaniya struktury i personazhey v stsenarii: Prakticheskoye rukovodstvo* [Memo: Secrets of creating structure and Characters in a Script: A Practical Guide]. Moscow, Al'pina non-fikshn. (In Russ.)

Vyrovtsseva YE. V. (2016). Mul'timediynaya istoriya: tekhnologii & tvorchestvo [Multi-guild history: Technologies & Creativity]. *Znak: problemnoye pole mediaobrazovaniya* [Sign: problematic field of media education], 5 (22): 51–59. (In Russ.)

Vyrkovskiy A. V., Galkina M. YU., Kolesnichenko A. V., Obraztsova A. YU., Vartanov S. A. (2017). Mul'timediyn-yye elementy v sovremennom mediatekste [Multimedia elements in modern media text]. *Mediaskop* [Mediaskop], 3. Rezhim

dostupa: <http://www.mediascope.ru/2364> (data obrashcheniya 27.10.2023). (In Russ.)

© Нурбагомедова З.Р., 2023

Нурбагомедова Зухра Рабазановна – аспирант, Санкт-Петербургский государственный университет. Контактные данные: 199004, г. Санкт-Петербург, линия 1-я В.О., д. 26, литера А (Russia, St. Petersburg, line 1, V.O., 26, letter A). E-mail: zukhra.journ@mail.ru.

Статья поступила в редакцию: 03.11.2023.