

## MEGA STORY В ПРЕССЕ ВЬЕТНАМА

Чан Ван Ле

*Дай Нам Университет*

Поступила в редакцию 2 марта 2023 г.

**Аннотация:** статья посвящена *Mega story* — электронному журналу или лонгформе, идеально сочетающей в себе текст, звук и изображения. Рассматривается эффективность передачи информации через этот вид мультимедийной журналистики (узнаваемость, просмотр страниц, степень взаимодействия с аудиторией).

**Ключевые слова:** журналистика, *Mega story*, электронная газета, электронный журнал, эффективная передача информации.

**Abstract:** the article is devoted to *Mega story*, an electronic magazine or a longform that perfectly combines text, sound and images. The efficiency of information transmission through this type of multimedia journalism (recognition, page viewing, the degree of interaction with the audience) is considered.

**Keywords:** journalism, *Mega story*, electronic newspaper, electronic magazine, effective transmission of information.

В условиях информационной конкуренции СМИ решают вопросы, связанные не только с содержанием, но и с новейшими формами подачи информации. О *Mega story* (большой истории) и *Micro story* (маленькой истории) исследователи журналистики стали говорить десять лет назад, когда эти медиаформы стали активно использоваться практиками, оценивших эффективность передачи информации и привлекательность такой подачи, буквально «гипнотизирующей» читателей. В 2013 г. был опубликован «Снегопад» — журналистский шедевр из 17242 слов, а также множества графических изображений, слайд-шоу, видеороликов, воспроизводящих метель, что очень понравилось читателям. Работа велась в течение полугода, в ней было задействовано 16 человек, в том числе 11 графических дизайнеров, 3 видеооператора, 1 фотограф и 1 исследователь [1]. Публикация сразу же набрала более 3,5 млн. просмотров, и она до сих пор привлекает внимание как читателей, так и исследователей [2].

Современные исследователи выделяют текстовые, мультимедийные и синтетические СМИ [3], что связано с явлением конвергенции [4]. При этом мультимедийная составляющая жанровой характеристикой лонгрида не является, так как «с использованием мультимедийных средств можно подавать тексты любого жанра» [5].

Во Вьетнаме уже к 2015 г. *Mega story* стали преобладающим типом передачи информации. К газетам-новаторам, первыми внедрившим этот вид публицистики, относятся *VietnamPlus* (Вьетнамское информационное агентство), *Vietnamnet*, *Zing*,

*VnExpress*, «Молодежь», «Молодость». Через два года уже многие новостные редакции начали экспериментировать с этим форматом. Председатель Ассоциации журналистов Вьетнама, главный редактор журнала «Народ» Ле Куок Минь высказался по этому поводу следующим образом: «*Mega story* или лонгформ — это новый тип журналистского контента, появившийся в последние годы. Новостные агентства считают необходимым возвращение к производству высококачественного контента, а не к гонке за новостями в социальных сетях» [6].

Рассмотрим особенности *Mega story*.

*Интегрированные методы передачи информации.* *Mega story* часто включают в себя текст, фотографии, видео, анимацию, аудиофайлы, новые и привлекательные графические элементы, эффектные обложки и хорошо оформленные цитаты. Содержание в статье «закодировано» различными способами, что позволяет аудитории лучше понять суть публикации. Особенно это относится к материалам, содержащим много информации, сведений о политике и истории. Интеграция различных средств массовой коммуникации позволяет удерживать читательский интерес.

*Проблемно-тематическое разнообразие.* *Mega story* раскрывают темы, представляющие общественный интерес во всех социальных сферах (политика, экономика, культура, общество, окружающая среда и др.), а также острые глобальные проблемы (стихийные бедствия, эпидемии, угрозы безопасности и др.). Персонифицированность (портретная съемка) и подтвержденная документальность (результаты опросов) — это также преимущества этого новаторского публицистического формата.

*Многослойный и многомерный информационный «лоток».*



Рис. 1. Инфографика в газете Vietnamplus, в которой зашифрована информация о победе в битве под Ханоем (Дьенбиенфу в воздухе).



Рис. 2. Инфографика о 10 выдающихся мировых событиях 2022 г. по версии VNA, в которой используются различные методы передачи информации, позволяющие читателям легко усвоить материал.

Нгуен Тхи Чыонг Занг считает, что мультимедийные статьи подобны информационным лоткам (киоскам), отвечающим потребностям разной публики; при этом читатели могут читать произведения разными методами (беглое, обычное и углубленное чтение), захватывать и оценивать многомерную информацию [7, 22]. При подготовке материалов используется множество источников; выбираются самых свежие, яркие сюжеты; информация глубоко и на протяжении достаточно долгого времени прорабатывается целой командой (обработка текста, фото, аудио, видео, графики, дизайна и др.).

Число читателей, получающих доступ к *Mega story* в таких крупных изданиях, как «Народ», «Интеллект», *Vietnamnet*, *Vnexpress*, «Труд», «Молодежь» и др. постоянно растет, составляя от 50 до 70 тысяч

посетителей в неделю на статью. Некоторые статьи в газет «Труд» насчитывают 50 000 посещений в неделю, в газетах «Молодежь» и «Молодость» — от 120 до 150 тысяч просмотров.

Чтобы определить читательскую активность, мы провели опрос среди 100 человек в Ханое, читающих интернет-газеты и *Mega story*. Выяснилось, что до 89% читателей знают о *Mega story* и до 68% читателей ежемесячно читают статьи в формате *Mega story*. Читателей интересует как инфографика (31,9%) и изображения (29%), так и текст (30,4%) Количество информации, которую они получают из такого источника, больше на 61%, чем в обычных статьях. Отслеживание *Mega story* в электронной газете стало привычкой интернет-пользователей с высокой скоростью и частотой чтения. Большинство пользователей теперь получают доступ к *Mega story* с мобильных устройств (62%), компьютеров либо ноутбуков (36,2%).

Таким образом, использование *Mega story* во вьетнамских СМИ позволяет:

- достигать широкого охвата аудитории, особенно среди молодых читателей;
- за счет широкого инструментария и ресурсов привлекать внимание читателей и выделяться на фоне конкурентов;
- предоставлять читателям полезный и подробный контент через создание образовательных статей и ценных для читателей источников информации;
- повышать доверие к качественным СМИ.



Рис. 3. Подробное интервью с генеральным секретарем ЦК КПВ Нгуен Фу Чонгом, оформленное в формате электронного журнала газетой «Народ» по случаю Нового года по лунному календарю.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Branch J. SnowFall: The Avalanche at Tunnel Creek // The New York Times, Dec.20, 2012.— URL: <http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall> (дата обращения: 2.03.23).
2. Пуля В. Мода на «Снегопады»: для кого СМИ создают Мультимедийные проекты? / В. Пуля.— URL: <http://newreporter.org/2013/11/06/moda-na-snegopady-dlya-kogo-smi-sozdayut-multimedijnye-proekty> (дата обращения: 2.03.23).
3. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под

ред. А. Г. Качкаевой. — М. 2010.

4. Землянова Л. М. Коммуникативистика и средства информации / Л. М. Землянова. — М., 2004.

5. Колесниченко А. В. Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе / А. В. Колесниченко. — URL: <http://www.mediascope.ru/node/1691> (дата обра-

щения: 2.03.23).

6. Нго Хиём. VietnamPlus đang đi đúng hướng với. — URL: <http://www.hoinhabaovietnam.vn> (дата обращения: 2.03.23).

7. Нгуен Тхи Чыонг Занг. Пресса и мультимедийные коммуникации / Нгуен Тхи Чыонг Занг. — Ханой, 2017.

*Дай Нам Университет*

*Чан Ван Ле, кандидат филологических наук, декан факультета коммуникации Дай Нам Университета*

*E-mail: [letv@dainam.edu.ru](mailto:letv@dainam.edu.ru)*

*Tran Van Le, Candidate of Philology, Dean of the Faculty of Communication, Dai Nam University*

*E-mail: [letv@dainam.edu.ru](mailto:letv@dainam.edu.ru)*