

³ Гречко П. К. Интеллектуальный импорт, или О периферийном постмодернизме // Общественные науки и современность. 2000. № 2. С. 166.

⁴ Там же. С. 166–177.

⁵ Эпштейн М. Информационный взрыв и травма постмодерна // Русский журнал. URL: <http://old.russ.ru/journal/travmp/98-10-08/epsht.htm>.

⁶ Свитич Л. Г. Информационная фантомность. URL: <http://istina.msu.ru/publications/article>.

⁷ Сайт телеканал «Спас». URL: <http://www.spastv.ru/history.html>.

⁸ Выжutowич В. Разговоры в пользу умных // Российская газета. 2012. 20 нояб.

⁹ Гречко П. К. Указ. соч. С. 166–177.

Д. В. Зубко

Санкт-Петербургский гос. ун-т

WEB-DOCUMENTARY В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ

В статье анализируется веб-документалистика как новое для отечественной журналистики мультимедийное явление. Изучаются причины появления и развития нового формата подачи информации, технические характеристики интерактивности веб-документального фильма, его отличия от документального телевизионного кинематографа.

Ключевые слова: Веб-документалистика, конвергенция, интерактивность.

D. V. Zubko

Saint Petersburg State University

WEB-DOCUMENTARY IN RUSSIAN JOURNALISM

The article analyzes the web-documentary as a new domestic journalism multimedia phenomenon the author. Examines the rea-

sons for the emergence and development of a new format of presenting information, technical characteristics of web documentary interactivity, its difference from a TV documentary cinema.

Keywords: Web-documentary, convergence, interactivity

Умение увлечь, доставить удовольствие читателю и зрителю — важные задачи журналиста, однако вряд ли можно считать их первостепенными. Тем не менее в последние годы в обществе наблюдается тенденция к гедонистическому восприятию продукции СМИ, что, вероятно, связано с внедрением в сознание мирового сообщества идеологии потребления. Рекреативная, или развлекательная, функция, многие годы находившаяся на периферии предназначения журналистики (в частности, профессор Е. П. Прохоров считает, что развлекательная функция является сквозной в ряду других, вспомогательной, но далеко не ведущей¹) выходит с начала 90-х годов на первые позиции в отечественной журналистике. Ю. В. Клюев подчеркивает, что «развлекательное направление постепенно заняло нишу в секторе коммерческого и государственного телерадиовещания... развлекательность низкого уровня все больше претендует на лидерство, на основной фактор формирования человеческих вкусов, чувств, мышления»².

О сохранении этой тенденции свидетельствует увеличение развлекательных передач на телевидении и радио, тенденция к развлечению наблюдается и в аналитических печатных СМИ, интеграция которых с Интернетом становится все более значительной. Это вовсе не означает, что СМИ перестают выполнять свою основную историческую задачу — информировать аудиторию о событиях в мире, однако даже в аналитике происходит постепенное смещение в сторону инфотейнмента³. Данный феномен возник в США в 80-х годах прошлого века на телеканале CBS, а впоследствии переместился и на отечественные телеэкраны. С развитием техники, все большим уходом населения от прессы, радио и телевидения в Интернет инфотейнмент вполне удачно вписался и в его пространство.

Современного человека очень тяжело удивить, весьма непросто акцентировать на чем-то его внимание, а удержать надолго практически невозможно — таковы последствия искусственного ускорения темпа жизни. Человек становится тяжело вовлекаемым в анализ общественных проблем, не хочет вникать в серьезные процессы, а тем более чувствовать свою ответственность за происходящее в социуме. События в мире так быстро изменяются, что человек далеко не всегда стремится принимать в них участие. СМИ постоянно приходится совершенствоваться в техническом отношении, чтобы привлечь и удержать внимание читателя.

Создание интерактивного контента — один из таких способов. Следует отметить, что интерактивность мы рассматриваем не с позиции влияния аудитории на контент посредством отзывов, комментариев и т. д., а с позиции выбора пользователем сетевых СМИ: что ему смотреть, читать или слушать. Вероятно, наиболее явно воплощает в себе идею интерактивности уже прижившаяся за рубежом и относительно недавно появившаяся в российских онлайн-СМИ *web-documentary*, или веб-документалистика.

Это особым способом снятый документальный фильм, снабженный мультимедийными элементами, цель его — предоставить зрителю свободу просмотра, а автору — возможность соединить видеоматериалы, аудиозаписи, текстовые файлы, фотоизображения, анимацию, графические символы, не перегружая при этом зрителя информацией. Иначе говоря, веб-документалистика чем-то напоминает компьютерную игру. Как известно, компьютерные игры обладают очень мощным вовлекающим воздействием. В связи с этим вполне логичным видится ориентация подобных проектов на молодежь, и СМИ вынуждены привлекать молодое поколение к серьезным проблемам посредством игры. В этом смысле журналистские продукты, называемые веб-документалистикой, можно считать развивающими играми для взрослых. Веб-документалистика позволяет зрителю не просто смотреть фильм в той последовательности, в какой ее задумал режиссер, но зритель становится сотворцом: «предоставляемая цифровыми медиа возможность взаимодействия аудито-

рии с цифровым артефактом размыва границы между автором и пользователем / зрителем / читателем / игроком. Если в кино-, телефильме зритель выступает в роли интерпретатора медиатекста, создающего смысл произведения на основе восприятия того, что воплощено автором на экране, то в цифровой среде задачи зрителя расширяются⁴. Зритель имеет возможность физически взаимодействовать с интерактивным произведением.

В России веб-документалистика представлена не очень широко, так как эти проекты очень затратны для исполнения. Кроме формирования идеи, что уже является трудоемким делом, необходимо для ее воплощения привлечение веб-дизайнеров и программистов. Для просмотра подобных фильмов требуется высокоскоростной Интернет и высокая производительность персональных компьютеров, что для России пока не является повсеместным, в особенности в удаленной провинции. Однако ряд общероссийских СМИ начинает использовать в своей практике веб-документалистику, в частности «Первый канал» и ИА «Россия сегодня».

Пока веб-документалистика в России — это в основном проекты социальной направленности. Представители ведущих СМИ осознали, что к системным социальным проблемам можно привлечь зрителя, в особенности молодого, только шоковой терапией (пугающими кадрами) или же заинтересовав техническим исполнением.

Проект «Всем миром. Год спустя» реализован «Первым каналом» в 2014 г. В передаче рассказывается о сборе помощи пострадавшим от крупного наводнения в Хабаровском крае в августе 2013 г. Зритель попадает на сайт, и взаимодействовать с контентом сайта он может, прокручивая колесико «мышки», активируя таким образом мультимедийные элементы интерактивной истории: видео, звуковые дорожки, смену фотоизображений. Вверху экрана находится статичная инфографика, информирующая читателя о количестве разрушенных домов и пострадавших от стихии жителей края. В самом начале истории без репортерского комментария транслируются кадры, снятые операторами «Первого канала» во время паводка. Зритель имеет возможность пропустить эту видеовставку, прокрутив колесико «мышки» вниз

или вернуться к ней, соответственно прокрутив колесико вверх. Заканчивается интерактивная история видеосюжетом об объеме собранной помощи для пострадавших и распределении собранных средств. Зритель не утомляется, может сам выбрать, что ему смотреть, а что пропустить, затрачивая минимум усилий.

Информационное агентство «Россия сегодня» еще более активно осваивает web-documentary. Один из их первых продуктов — фильм «Шестнадцать минус», повествует о молодых матерях, возраст самой старшей из которых — 16 лет. Зритель имеет возможность либо смотреть фильм в том порядке, в каком его задумал режиссер, либо обращаться к историям только наиболее заинтересовавших его молодых матерей. Успех фильма привел к тому, что «Россия сегодня» создала целую серию интерактивных видеопроектов, большая часть которых посвящена социальным темам. Вот лишь малая доля интерактивных видеопроектов, размещенных на сайте информационного агентства: «Успешные практики социализации детей. Интерактивный репортаж» (24.11.2014), «Саяно-Шушенская ГЭС: от трагедии до восстановления» (15.08.2014), «Цена медали» (04.03.2014), «Маленькими шагами к большим успехам, или Как помогают детям с ДЦП» (29.01.2014), «Сочи-2014: виртуальный тур по столице зимней олимпиады» (23.01.2014), «Выход: жизнь после детдома» (28.12.2013), интерактивные рецепты, серийный проект о профессиях — «Один день из жизни». На сегодняшний день это единственное общенациональное СМИ в России, журналисты которого регулярно создают интерактивные видеоматериалы.

Веб-документалистика — новшество, которое имеет все шансы в ближайшем будущем прочно войти в практику крупнейших редакций, все больше и больше уходящих в интернет-пространство, однако ее внешнее исполнение все же пока больше ориентировано на рекреацию зрителя. Редакции и коллектив авторов подобных проектов стремятся внедрить как можно больше технических новшеств, обогатить контент мультимедийными вставками. Подобный подход, однако, может нанести ущерб содержанию, превратив передачу в яркий фантик, оказавшийся более привлекательным, чем сама конфета.

Примечания

¹ Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики: учебник. М.: Аспект Пресс, 2009.

² Ключев Ю. В. Радиовещание Ленинграда-Петербурга: организационная структура, проблематика, эволюция форм и жанров (1980–2000 гг.): Дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10: СПб., 2004. С. 19.

³ Подробнее см.: Элмор Р. Т. Словарь языка средств массовой информации США. М.: Русский язык, 1992.

⁴ Дворко Н. И. Интерактивный документальный фильм: творческая интеграция действительности. С. 3. URL: <http://www.online-science.ru/userfiles/file/fm623cnwycvrl1exqxvjasuacsqkv5y.pdf>.

Ю. В. Ключев

Санкт-Петербургский гос. ун-т

МУЛЬТИМЕДИА И РАДИОВЕЩАНИЕ

В статье даны факторы эффективности мультимедиа в Интернете: эстетика, дизайн, авторский стиль исполнения публикаций. Охарактеризовано влияние мультимедиа на интересы пользователя. На примере деятельности «Радио Свобода» проанализированы инструменты политической борьбы с помощью мультимедиа, показан масштаб их воздействия в контексте информационно-психологической войны.

Ключевые слова: Интернет, мультимедиа, цифровое вещание, политическая борьба.

Y. V. Klyuev

Saint Petersburg State University

MULTIMEDIA AND RADIO BROADCASTING

The article presents the factors of multimedia efficiency on the Internet: aesthetics, design and author's style of performance of publications. The