

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/fm623cnwycvrl1exqyxvjasuacsqkv5y.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

media influence on the user's interests is characterized. Instruments of political struggle with the help of the multimedia are analyzed on example of "Radio Liberty", the article shows the scale of their impact in the context of information-psychological war.

Keywords: Internet, multimedia, digital broadcasting, the political struggle.

Мультимедиа: новые возможности в Интернете

По мнению О. В. Шлыкковой, под мультимедиа можно понимать мультимедийную программу; носитель информации; продукт, сделанный на основе мультимедийной технологии; компьютерное оснащение; комбинацию средств и вид информационных технологий; новую форму художественного выражения; современное средство коммуникации; инструмент бизнеса¹. Каждое из указанных направлений развития в сфере коммуникаций относится к мультимедиа. Их отличительным признаком является новый рывок в развитии базовой для Всемирной паутины WWW (World Wide Web) технологии гипертекста — «нелинейной формы записи текстовой информации с обозначением ссылок на фрагменты текста любого документа, находящегося в автоматизированной информационной системе, и возможностью быстрого перехода к этим фрагментам». Интернет как информационная гипертекстовая система предлагает «пути передвижения от одного документа к другому в поисках необходимой информации»². Благодаря совершенствованию технической базы мультимедиа и, прежде всего, значительному повышению качества трансляции на экране компьютера аудио-, видеоинформации, фотоиллюстраций навигация как базовый принцип функционирования Интернета остается одним из главных стимулов наращивания интереса пользователей к мультимедиа.

Технологии мультимедиа активно применяются для привлечения внимания и удержания массовой аудитории различными электронными ресурсами. Как канал индивидуального доступа

к информации Интернет составляет особую информационно-коммуникативную среду, находящуюся на стыке реального и виртуального мира современного индивида. Сеть делает человека информационно компетентным, информационно активным, информационно открытым для проявлений собственного «я» в электронном контексте и для возможностей коммуникативного взаимодействия (влияния) друг на друга субъектов электронного общения, особенно через систему социальных сетей, отвечающих общественным потребностям личности в коммуникации, уважении, признании, ее интересам в разных сферах деятельности.

Основные факторы эффективности мультимедиа в Интернете:

- высокое качество и эстетика дизайна электронного ресурса и конкретной публикации — красота, яркость, комфорт для выбора и просмотра мультимедиа сообщений пользователем;

- диверсификация и гипертекстуальность публикаций мультимедиа — возможность обратиться к ним в разных вариантах — вербальном, фото-, аудио-, видео- или графическом исполнении;

- диверсификация ссылок на источники информации — как внутри одного сайта, так и за его пределами;

- авторский стиль, информационная насыщенность, актуальность и полнота содержания предлагаемых пользователю сообщений;

- содержательные компоненты мультимедиа коммуникации — яркие личности, интересные диалоги, поворотные дискуссии;

- высокая степень мультимедиа драматургии, приковывающая внимание к информации — неординарность мышления субъектов общения, выступающих перед аудиторией;

- тематическая градация мультимедиа публикаций, способствующая быстрой ориентации пользователя и возможностям быстрого перехода к актуальной для него информации;

- возможность отбора публикаций и их фрагментов из архивов мультимедиа как для просмотра в режиме реального времени, так и для скачивания на персональный компьютер пользователя;

- возможность пользователя интерактивно реагировать на

сообщения мультимедиа, вступать в диалог с авторами и коммуникаторами — оставлять отзывы, комментировать, высказывать свое мнение;

— возможность любого пользователя самому быть автором публикаций мультимедиа — отправлять для размещения в Сети свои собственные материалы — аудио-, видеозаписи, фото-съемки, даже в том случае, когда они сделаны любительским способом.

Таким образом, мультимедиа запрограммированы на интересы пользователя, обращающегося к конкретному эксклюзивному содержанию, исполненному в индивидуальном дизайнерском и авторском стиле. Ориентируясь на массовую публику в целом, мультимедиа широко опираются именно на авторское исполнение и презентацию своих публикаций исключительно в стиле мультимедиа, что не может не привлекать конкретного индивида, увлекаемого сетевым ресурсом в свою информационную жизнь. Мультимедиа технологии, изначально являясь электронным техническим детищем, соединяясь с драматургическим содержанием, формируют вокруг себя значительный круг друзей и поклонников, реанимируют коммуникативную сферу Интернета, дают ему новую жизнь, возвращают массовой коммуникации онтологически присущее ей качество — диалогичность и, значит, высокую степень запроса аудитории.

Мультимедиа для радио и его аудитории

Существенный рывок в сфере развития мультимедиа на радио стал возможен благодаря внедрению цифрового вещания в России. Согласно государственной программе перехода на цифровой формат (федеральная целевая программа «Развитие телерадиовещания в Российской Федерации на 2009 — 2015 годы») продолжается перевод передающего звукового оборудования с аналогового на цифровой сигнал вещания. Принимающая техника — радиоприемники, плееры, телефоны, телеприемники также переводятся, или уже переведены, на цифровую систему принятия передач (вся производимая в настоящее время аудио-,

видеотехника — цифровая). Основное преимущество цифры для радио очевидно — радиопрограммы передаются и принимаются в цифровом звуке с качеством компакт-диска.

Более надежным и уверенным оказывается прием радиосигналов в движущемся транспорте, особенно в автомобилях, поездах, на судах. Цифровые методы передачи радиосигнала позволяют применять помехоустойчивое кодирование, что обеспечивает возможность правильного восстановления переданной информации после воздействия помех. Приемники, работающие в цифровом формате, автоматически выбирают наиболее мощный сигнал. Цифровое радиовещание также обеспечивает возможность передачи дополнительной информации в режиме мультимедиа: на экране приемника отображаются сведения о радиостанции (название, страна, язык вещания, вид программ), или сопроводительная информация о радиопередачах (названия исполняемых произведений, авторы, тексты песен, субтитры, картинки). Может передаваться иная самостоятельная информация — новостные ленты, котировки акций, положение на дорогах, прогноз погоды³.

Представленные в мультимедиа радиопрограммы можно понимать как обогащенный новыми методами расшифровки, декодирования окружающего звукового мира вид искусства, воздействующий на органы чувств. В связи с этим интересна характеристика, которая сводится к тому, что мультимедиа — многоканальная среда, влияющая на органы чувств, а мультимедийная культура — процесс данного воздействия в пространстве и времени. Мультимедийными каналами в процессе межличностного общения передаются культурные ценности, имеющие не традиционный материальный вид, а представленные в виде информации, то есть структурированные, системно обработанные данные. Мультимедийная культура — это эстетический феномен современного информационного общества⁴.

В 2004 г. в Женеве на международном форуме «Мультимедиа и радио», состоявшемся в штаб-квартире Европейского вещательного союза, представители государственных и общественных телерадиокомпаний Европы активно обсуждали возможности

мультимедийных технологий для радио. Уже тогда отмечалось, что они могут существенно дополнять обычные радиопрограммы: «Более подробно представленная информация, тематические досье, электронные программы передач, возможность вернуться на несколько минут или десятков минут назад по эфиру... Радиослушатель может больше не быть „привязанным“ ни к месту, ни ко времени слушания радио: автоматизированная система запишет интересующую вас передачу, а прослушать ее вы сможете в любое удобное для вас время. О записи традиционных рубрик и заботиться не надо, все происходит автоматически: вы просто набираете номер телефона и через голосовое меню определяете интересующую вас радиопрограмму — последний выпуск новостей, сведения о погоде, новости спорта, астрологический прогноз для вашего знака зодиака или что-то еще. В Женеве уже действует такая система, причем указанную информацию швейцарцы могут получить на любом из официальных языков, принятых в стране»⁵.

Названные технологии не всегда быстро приживаются в России, что связано с финансовыми причинами: многие радиостанции существуют на грани выживания, а ведь любые мультимедиа эффективно работают, когда на высоком уровне находится содержание передач. Для уверенного пути по развитию мультимедиа отечественное радио нуждается и в более углубленной конвергенции — технологической, творческой, профессиональной, а между тем российские журналисты предпочитают следовать принципу разделения труда в радиовещании согласно различным видам деятельности: журналист, звукооператор, редактор, режиссер, ведущий программы. Профессиональная конвергенция развита слабо. Личный стимул для такого труда также отсутствует — зарплата на радио, как правило, небольшая.

Сказывается и менталитет российского слушателя, воспринимающего радиоприемник и звучащие из него радиопередачи в консервативном традиционном режиме, а именно прагматично. То есть сам приемник — обычный аппарат, предназначенный для прослушивания звучащих передач, без технологических излишеств и новинок в виде приложений, информационной стро-

ки, дополнительной информации на экране дисплея и т. п., хотя в ряде случаев мобильные версии электронных устройств и бортовые компьютеры в автомобиле включают какие-либо из названных опций.

Мифотворчество вместо миротворчества: политическая борьба средствами мультимедиа

Благодаря отличительным характеристикам, ориентированным, прежде всего, на качество дизайна и актуальность содержания, мультимедиа целенаправленно вычлняют из массы пользователей Сети исключительно своего реципиента. Он подвергается новой технологической, культурной и, в ряде случаев, политической обработке, оказывается в новой зависимости от конкретных «штучных» ресурсов мультимедиа, представленных через, казалось бы, давно ставший обыденным и привычным инструментарий Интернета. При этом под эстетикой внешне эффектного, привлекательного состояния мультимедиа, скрываются мощные внутренние механизмы его влияния на мировосприятие и мировоззрение индивида. Изошренная и завуалированная пропаганда разнообразных идей, смыслов, чувств и настроений, осуществляемая с помощью высокотехнологичной эстетики, дизайнерской безупречности и высокого технического качества аудио- и видео-, представленных в стиле мультимедиа, приобретает масштабный характер.

Еще более актуальным этот процесс представляется в связи с информационной войной, развернувшейся в современных аудиовизуальных СМИ. Актуальный пример — мультимедийные публикации, представленные на сайте «Радио Свобода» <http://www.svoboda.org>. Данный ресурс в 2015 г. стал средоточием, пожалуй, самой развернутой антироссийской пропаганды. Под прицелом №1 оказался президент России Владимир Путин. Его политику жестко критикуют во всех студиях «Радио Свобода». В Нью-Йорке — передача «Сегодня в Америке» (07.11.2015) с участием американских экспертов, ведущий Юрий Жигалкин; в Киеве — передача «Дороги к свободе» (07.11.2015), ведущий

Виталий Портников беседует с Ильей Пономаревым; в Москве — передача «Лицом к событию» (22.10.2015), ведущий Михаил Соколов беседует с Андреем Илларионовым. Как видно по кругу гостей радиозэфира, они явно не входят в клуб друзей Путина, скорее, наоборот. Не случайно и названия выпусков этих цикловых передач, представленные в форматах мультимедиа, были сформулированы провокационно и агрессивно: «Могущественный Путин журнала “Forbes”»; «Место в новых реалиях»; «Цена войны Путина — \$377 миллиардов. Андрей Илларионов о войне в Сирии, Украине, о Крыме и будущем Путина».

Примечательно, что технологии мультимедиа в полную силу задействованы именно на оппозиционной в отношении российской власти радиостанции, финансируемой из-за рубежа. «Радио Свобода» становится своеобразным холдингом, имеющим филиалы (студии) в разных городах мира, и ведет явно выраженную информационную политику, направленную на разрушение российских государственных институтов.

Не случайно заместитель помощника госсекретаря США по делам Европы и Евразии Бенджамин Зифф, выступая на слушаниях в американском Конгрессе в апреле 2015 г., заявил о создании цифрового медиадепартамента на базе чешского офиса «Радио Свобода». Задача этого отдела, как сказал высокопоставленный американец, заключается в «противодействии дезинформации», распространяемой российской медиасистемой: «В заявке на будущий год, которая подается в Конгресс президентской пресс-службой, есть раздел, который называется „Противодействие реваншистской России“. Данный проект, по предварительным данным, обойдется налогоплательщикам в \$15,6 млн. Международные СМИ США — главная сила в борьбе с инфодавлением со стороны российского правительства. Эта борьба будет вестись в отношении русского и русскоязычного населения на постсоветской территории, в Европе и всем мире. Особо важными для американских национальных интересов считаются европейские страны. Кроме сражения в соцсетях, команда будет использовать мессенджер WhatsApp, с его помощью будут привлекать новую аудиторию». В планах числится и проект «Footage vs Footage», ре-

ализовать его планируется в видеоформате с целью изобличать телевизионную российскую пропаганду: «Продюсер проекта станет отслеживать главные новости дня и их освещение в российских и зарубежных СМИ. За счет отличий между ними и будут создаваться ролики. Также будет реализован проект по размещению каналов на YouTube и сайте Rus2Web. Последний является площадкой для российских кинематографистов и журналистов, чья работа „блокируется Кремлем“», — говорится в сообщении ⁶.

Политическая борьба активно осуществляется средствами новых технологий мультимедиа, хотя в целом противостояние антагонистических друг другу информационных систем носит ярко выраженный гибридный характер. В информационно-психологическую войну втянуты приграничные с Россией государства, активно используются ресурсы государственного департамента и министерства обороны США. Они действуют синхронно друг с другом. Ведется секретная работа с диссидентами на территории России и группами русскоязычных специалистов, занимающихся обработкой общественного мнения в режиме оперативного обновления информации: «По поводу использования современных информационных технологий Зифф сказал, что 63 посольства и консульства США в Европе и Евразии применяют „весь диапазон современных СМИ“. Для этого, как он заверил, у них есть подготовленные специалисты, умеющие работать как „с традиционными СМИ и лидерами общественного мнения“, так и с любыми новинками соцсетей. В этом же контексте дипломат напомнил, что руководство эфирного агитпропа США в Вашингтоне „увеличило объем русскоязычного вещания более чем на 100%“, что его сетевые телепрограммы „достигают более 2,5 млн. человек в неделю“. По словам Зиффа, „весьма популярны“ и рассылки через Twitter, осуществляемые из штаб-квартиры госдепартамента США. Мы даем из Вашингтона „мета-послание“ (meta message), сказал дипломат, имея в виду пропагандистский контент, а „команды на местах“ адаптируют и доводят его до местных аудиторий»⁷.

Трудно представить, что такие идеи могут не только созреть в умах политиков великой заокеанской страны, но и приниматься к исполнению. Нагнетаемая США и Европой антироссийская

пропаганда с использованием новейших компьютерных технологий, в том числе мультимедиа, не может не вызывать удивления. Десятки миллионов долларов тратятся на виртуальное противостояние с Россией, защищающей свои элементарные интересы в сфере государственной безопасности и национального суверенитета. Возможностью мирного благополучия текущего и стратегического существования нынешнего и будущего поколений россиян могла бы стать разрядка мировой напряженности, снятие американо-европейских санкций без предварительных условий и взаимного давления противоборствующих сторон. Используя технологически прогрессивные и эстетически привлекательные технологии мультимедиа, информационно-коммуникативные системы ведущих стран могли бы выполнить в этом миротворческом процессе положительную созидательную миссию.

Примечания

¹ Шлыкова О. В. Культура мультимедиа. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004. С. 54.

² Там же. С. 5

³ Цифровое радиовещание: лекции. Казанский национальный исследовательский технический университет им. А. Н. Туполева. Казань, 2013. URL: <http://mwvt.kai.ru/tms.kai.ru/files/2014/02/Лекции-Цифровое-радиовещание.pdf>.

⁴ Светлов Б. В. Эстетические потребности личности в сфере мультимедийной культуры: автореф. дис... канд. филос. наук: Ин-т философии НАН РБ. Минск, 2003.

⁵ Жаров Валерий. Мультимедиа навстречу радио. HYPERLINK «<http://www.broadcasting.ru/articles2/bypub/bc-3-2004>» Журнал «Broadcasting. Телевидение и радиовещание». 2004. №3, апрель-май. URL: http://www.broadcasting.ru/articles2/Oborandteh/multimedia_navst_radio.

⁶ Борисова Валентина. На базе офиса радио «Свобода», расположенного в Чехии, создается цифровой медиадепартамент. Источник: Информационное агентство «Вести 24». 2015. 19 апр. URL: <http://tidings24.com/world/na-baze-ofisa-radio-svoboda-raspolzhenhogo-v-chehii-sozdaetsya-cifrovoi-mediadepartment-20198.html>.

⁷ США намерены увеличить траты на информационно-пропагандистскую работу против РФ. Источник: Информационное агентство России ТАСС. Рубрика «Международная панорама». 2015. 04 нояб. URL: <http://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/2405851>.