

# СООТНОШЕНИЕ ВИДОВ КОНТЕНТА В МУЛЬТИМЕДИА: АНАЛИЗ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

В.В. Толстых

ФГБОУ ВПО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»

[toolstykh@gmail.com](mailto:toolstykh@gmail.com)

Современная практика мультимедийной журналистики включает в себя применение ресурсов и возможностей всех отраслей, прямо или косвенно связанных со средствами массовой информации: фотография, кинематограф, веб-дизайн и программирование на данный момент являются такими же равноправными участниками творческого процесса, как и журналистский текст-основа материала. Это подтверждается составом команд, создающих лонгриды: как правило, в конце материалов рядом с именами журналистов и редакторов также указываются верстальщики, фотографы, операторы, дизайнеры и программисты. Таким образом, сама практика отечественных и зарубежных изданий свидетельствует о равнозначности всех соавторов в процессе создания мультимедийного материала. Вместе с этим активная интеграция других типов контента в текст – главная отличительная черта мультимедийной журналистики. И если практика и анализ журналистских текстов достаточно глубоко изучены в науке, то закономерности использования цифрового контента требуют большего внимания[1; 2].

На данный момент проблема соотношения видов контента в мультимедиа особенно актуальна в связи с многообразием платформ размещения мультимедийных материалов и неограниченными возможностями его потребления: распространение высокоскоростного интернета в России и популярность смарт-устройств позволяют пользователям загружать фото- и видеоконтент, gif-анимации и крупные по объему трафика страницы сети Интернет. Техника и культура потребления контента в Сети отражается на контент-стратегии в масштабах отдельно взятого мультимедийного материала в той же мере, в какой стилистика и жанр любого журналистского текста соотносится с задачей журналиста, целевой аудиторией и редакционной политикой издания. Для выявления закономерностей использования различных видов материалов в мультимедийной журналистике были выбраны пять лонгридов отечественных СМИ за 2017 год: проекты «Медное золото» («Коммерсантъ»), «Тургенев без бороды» («ТАСС»), «Гражданская война в Афганистане» («Лента.ру»), «В поисках любви» («Такие дела») и «Народный мастер спорта» («Фонтанка»). Выбор материалов для анализа осуществлялся по двум критериям: лонгриды должны быть выпущены разными средствами массовой

информации и в 2017 году, поскольку последний полный год мы вправе справедливо рассматривать как период актуальный.

На основе анализа указанных материалов можно говорить об одной из главных черт мультимедийной журналистики как в рамках отечественной практики, так и зарубежной: текстоцентризм материалов [3]. В основе всех анализируемых статей, как и в подавляющем большинстве оставшихся вне поля зрения данного исследования, находится текст: именно через него выстраивается повествование, его сюжетные линии и на него же ложится вся смысловая нагрузка. Роль мультимедийного контента по-прежнему вторична и заключается в иллюстрировании, визуализации трудновоспроизводимой в тексте информации и формировании соответствующего текстовой основе эмоционального фона. Однако есть и прямо противоположные примеры: так, спецпроект «Космонавты» («ТАСС») выстроен на сочетании инфографики с моушн-дизайном, а экспериментальный проект «Fragmentsof a Life: A CurbsideMystery» («TheNewYorkTimes») – это видео с интерактивным взаимодействием через социальные сети [4; 5].

Первое место среди используемых мультимедиа занимает фотография: потребность в иллюстрировании материалов до сих пор решается традиционным путем в подавляющем большинстве случаев. Только в одном материале из пяти анализируемых фотография стала не самым распространенным видом контента: в проекте «Народный мастер спорта» было использовано больше всего стилизованных под рисунок портретов. Но, что символично, в основе этих портретов лежат все те же фотографии, прошедшие этап тщательной постобработки и стилизации. Стоит отметить, что в роли непосредственно фотоснимков прослеживается двойственность: отснятые кадры регулярно используются не только в традиционном виде, но и как фоновое изображение для страницы материала или его подзаголовка. Наиболее ярко данная черта прослеживается в лонгриде «Медное золото»: 4 из 44 фотографий являются фоном для заголовка и подзаголовков, первая из которых открывает материал.

По-прежнему мультимедийная журналистика, несмотря на имеющиеся технические возможности, достаточно консервативна при использовании анимации и моушн-графики. В лонгридах чаще всего используют плавное появление и исчезновение страниц через варьируемый параметр прозрачности, чтобы создать ощущение неразрывности, плавности повествования. Это логичное решение, поскольку задача по удержанию внимания является одной из первостепенных для авторов мультимедийных лонгридов, однако в других отраслях ее решение достигается с использованием большего количества выразительных средств. Так, в дизайне веб-страниц получила широкое распространение техника анимации и превращения одних элементов в другие (морфинг

объектов), моушн-дизайн и динамический баланс композиции [6]. Данные приемы работают как раздражители для восприятия, поскольку являются нетипичным сценарием в процессе потребления контента, и повышают внимание при просмотре страниц. Мультимедийная журналистика, в свою очередь, из широкого арсенала приемов веб-дизайна чаще всего использует параллакс (изменение положения элементов относительно друг друга), разделение экранного пространства на явно отличимые друг от друга зоны (splitscreen) и анимацию микроэлементов (например, передвижение по тайм-линии по мере чтения материала).

Но существуют и прямо противоположные примеры экспериментирования с наработками в сфере веб-дизайна. Среди отечественных примеров творческого подхода к визуализации в мультимедийных статьях стоит выделить лонгрид в трех частях «Очень темные дела» («Лента.ру»), а также проекты «Выборы президента России» и «Космонавты» (оба – «ТАСС») [7; 8]. Визуализация данных в приведенных примерах осуществлялась с помощью таких нехарактерных для мультимедийной журналистики, но типичных для веб-дизайна в целом, приемов, как плиточный дизайн страниц, глитч-арт как общая стилистика страниц и моушн-графика как принцип анимации элементов внутри материала. Следует отметить факт, что упоминание этих средств выразительности регулярно встречается в ежегодном материале «DesignTrendsGuide» социальной сети «Behance», являющейся признанным авторитетом в сфере дизайна [9].

Если говорить о других видах контента в мультимедийной журналистике, то на основе анализа пяти отечественных лонгридов можно сделать вывод, что видео в мультимедийных материалах играет такую же роль, как и фото, с разницей лишь в отсутствии статики изображения. Однако победитель конкурса «TheOnlineJournalismAwards» в номинации «Инновации в цифровом сторителлинге» – это мультимедийный материал, целиком заключенный в формат видео («Fragments of a Life: A Curbside Mystery», TheNewYorkTimes) [10]. То есть, в данном случае уместно говорить о возможной переоценке роли видеоряда в отечественной практике мультимедийной журналистики.

Таким образом, на данный момент практика создания мультимедийных материалов в России сочетает в себе активное использование традиционных видов контента (фото- и видеоматериалы, инфографика) и относительно скромное внедрение новых приемов (усложненный дизайн веб-страниц, работа с моушн-графикой и актуальными методами стилизации). Среди отечественных медиа появляются примеры экспериментов и творческого подхода к работе с контентом в лонгридах, но эта тенденция не развита в

достаточной мере, чтобы говорить об отсутствии консерватизма контент-стратегии мультимедийных материалов.

#### Ссылки

1. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ. URL: [http://evartist.narod.ru/text19/159.htm#з\\_ч1\\_01](http://evartist.narod.ru/text19/159.htm#з_ч1_01)
2. Медиатекст в современном коммуникативном пространстве. URL: <https://www.science-education.ru/pdf/2015/1/892.pdf>
3. Мультимедийные лонгриды как новый формат онлайн-журналистики. URL: <http://profsmm.ru/wp-content/uploads/2016/07/New-Media-2016.pdf#page=179>
4. Космонавты. URL: <https://spacemen.tass.ru>
5. Fragments of a Life: A Curbside Mystery. URL: <https://www.nytimes.com/video/multimedia/100000004526979/fragments-of-a-life-a-curbside-mystery.html>
6. Переходы в моушн-дизайне. URL: <http://transition.tilda.ws>
7. Очень темные дела. URL: <http://darknet.lenta.ru>
8. Выборы президента России. URL: <https://elections2018.tass.ru>
9. 2017 Design Trends Guide. URL: [https://www.behance.net/gallery/47810259/2017-Design-Trends-Guide?utm\\_content=buffer32ccb](https://www.behance.net/gallery/47810259/2017-Design-Trends-Guide?utm_content=buffer32ccb)
10. 2017 Online Journalism Awards. URL: <https://awards.journalists.org/winners/2017/>

#### Список литературы

- Градюшко А.А. Лонгрид как формат визуализации контента в современных интернет-СМИ // Республиканская научно-практическая конференция. Минск, 2015.
- Золотухин А.А. Лонгрид, сноуфолл, мультимедийная история – как новые вершины журнализма? // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. Воронеж, 2015. № 2. С. 93-96.