

разности. Это прощание с речью, которая в отсутствии адекватного языка описания современности не способна объяснить происходящее. Прощание с привычными функциями журнального текста сопровождалось публикацией постов, содержащей высказывания о кризисе культуры, расколовшейся надвое, о невозможности творчества, о пропаганде вместо правды, о насилии и смерти. Многие интервью и статьи на страницах «ШО» 2014 года стали полем выражения противоречивых мнений и позиций. И в этом решении редакция верна изначально заявленному кредо: «...думающих людей стоит возвести в соавторы».

Подводя итоги уходящему году, редакция выпустила номер, ориентированный на представителей «креативного класса», отражающий динамику креативных проектов, развивающихся в среде журналистского сообщества, арт-пространств, сообщества кинематографистов, индивидуальных литературных мастерских. Тем самым «ШО» показывает, что намерен продолжить диалог с представителями творческих профессий и сообществ, развивающихся в урбанизированных центрах, имеющих доступ к культуре, создающих или выбирающих культурные продукты. Сумеют ли эти читатели «революционизировать» культуру, и в каком направлении – покажет время.

Литература

1. Ульянов, А. Журналистика как поэзия. Культурная критика литературной формы / А. Ульянов [Электронный ресурс] // Режим доступа: www.proza.com.ua/opinions/urnalistika_kak_poezija_ef3e.shtml. – Дата доступа: 10.05.07.
2. Дубин, Б. Слово – письмо – литература. Очерки по социологии современной культуры / Б. Дубин. – М.: Новое литературное обозрение, 2001. – 412 с.
3. Галиева, Ж. Сопrotивляться культурно / Ж. Галиева // Журнальный зал. Октябрь. – 2007. – № 3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/october/2007/3/ga6.html>. – Дата доступа: 17.01.14.

Александр Градюшко

Белорусский государственный университет

ЛОНГРИД КАК ФОРМАТ ВИЗУАЛИЗАЦИИ КОНТЕНТА В СОВРЕМЕННЫХ ИНТЕРНЕТ-СМИ

Процессы перехода к мультимедийным платформам, выводящие визуализацию контента на новый уровень, обусловлены структурными изменениями медиасферы Беларуси. Однако технологии не только предоставили СМИ новые возможности, но и создали определенные риски. Наблюдается тенденция к уменьшению объема материалов. Все чаще в интернет-СМИ публикации представляют собой короткие новостные тексты с фото [3, с. 81]. Такой концепт используется на многих веб-ресурсах. В то же время аналитическая журналистика вытесняется из медиасферы интернета

[1, с. 13]. Кроме того, наблюдается тематический дисбаланс в лентах новостей. Первые места в статистике просмотров занимают новости с тегами «происшествия», «ДТП», «смерть» и др., а важнейшими функциями сети стали коммуникация, рекреация, информация [2, с. 97].

Подобная ситуация все чаще заставляет задуматься о том, что же есть сегодня качественная веб-журналистика. Показательно, но факт: несмотря на то, что белорусская интернет-аудитория охватывает 60 % совершеннолетнего населения страны, «электронные версии белорусских СМИ остаются практически невостребованными у пользователей глобальной сети» [5, с. 92]. Возможно, по той причине, что они чаще всего представляют собой «клоны» родительских изданий, основанные на текстоцентризме. В современном же медийном пространстве на первое место выходит креолизация текста. Объединяясь в единый семантико-функциональный информационный поток, вербальный и креолизованный тексты позволяют комплексно воздействовать на читателя [6, с. 13]. В этом плане особого внимания заслуживает такой новый формат визуализации контента, как лонгрид (дословно: долгое чтение – большой по объему материал, длинная веб-страница).

Первый лонгрид (англ. longread – «длинное чтение») был размещен на сайте газеты The New York Times в конце 2012 г. Проект «Сноуфол» (Snow Fall) представлял собой длинный рассказ о том, как туристы попали под лавину [7]. В текст были вставлены фотографии лыжников, 3D-модель гор, аудио- и видеоролики, интерактивная карта шторма. Публикация набрала за 6 дней более 3,5 млн просмотров. Название этого проекта стало нарицательным для обозначения подобных мультимедийных историй. Впрочем, мировые СМИ делали нечто подобное и до «снегопада». Однако выполнить это столь технологично и впечатляюще ранее не удавалось никому. Этот формат сегодня известен также как сторителлинг (англ. storytelling, «рассказывание историй»). Значительное внимание в нем уделяется исследованию проблемы, подробному обзору события.

Другой известный эксперимент The New York Times в области мультимедийного повествования – репортаж Эллен Барри «Забытая Россия» (The Russia Left Behind), выпущенный в октябре 2013 г. На главной фотографии мы видим женщину в платке, которая идет к церкви с золотыми куполами. При прокрутке страницы вниз появляется интерактивный маршрут от Санкт-Петербурга до Москвы. Этот лонгрид привлекает не только сюжетом, но и графическим воплощением. В тексте много крупных фотографий и видеороликов, вокруг текста есть «воздух». В целом материал рассчитан на серьезное, долгое, вдумчивое чтение. С тех пор журналистика переживает бум подобных проектов.

В последние годы в зарубежных интернет-СМИ мы наблюдаем развитие веб-журналистики крупного формата. В определенной степени расцвет

лонгридов объясняется опасением журналистов за судьбу глубокой, качественной аналитики в медиасфере интернета. Привычный для аудитории текст становится многомерным образованием, квинтэссенцией видео, фото, аудио, инфографики, 3D-анимации, с помощью чего читатели могут полностью погрузиться в историю. Конвергенция заставляет журналистов осваивать все более новые направления деятельности [6, с. 13]. В то же время необходимо отметить, что лонгриды очень трудоемки в производстве. Для выпуска одного такого проекта может потребоваться несколько месяцев совместной работы журналистов, фотографов, видеооператоров, дизайнеров, программистов, верстальщиков.

Примеров качественных лонгридов много и в российских интернет-СМИ. К наиболее удачным и впечатляющим работам мы можем отнести, в частности, мультимедийный спецпроект сайта «Коммерсантъ» под названием «Земля отчуждения. Чернобыль и его окрестности. 28 лет после аварии» [4], вышедший 26 апреля 2014 г. Над этим лонгридом, сделанным в HTML5 с использованием языка Java, работали 14 человек. Структура проекта отгалкивается от идеи путешествия. Центральной точкой отсчета стал реактор. Для фотогалерей отобрано по 10–12 фотографий, чтобы не перегружать читателя. В качестве видео использованы архивные кадры, снятые с вертолета. Есть также видео рыбок в пруду, который до сих пор охлаждает реактор, а также интервью с жителями деревни в 32 км от ЧАЭС. Можно посмотреть 3D-панораму зала управления четвертого энергоблока, причем сам процесс напоминает компьютерную игру. В целом этот спецпроект дает зрителю ощущение присутствия и переживания.

В феврале 2014 г. свой первый лонгрид представила «Комсомольская правда». Аналитический материал о разрушающихся городах Соединенных Штатов назывался «Америка заколоченных небоскребов». В нем были проанализированы экономические причины краха крупнейших городов США. Материал отличался экспериментальным дизайном, как у интерактивных статей The New York Times и Guardian. В апреле 2014 г. «КП» выпустила новый лонгрид «Аджария: между крестом и полумесяцем». Это был репортаж из Батуми, где пытаются сопротивляться исламизации и экономической экспансии Турции. К другим известным лонгридам, которые увидели свет в российских интернет-СМИ, мы можем отнести мультимедийный фичер газеты «Московские новости» под названием «Сталин. Проводы», а также спецпроект «900 дней жизни», выпущенный к 70-летию со дня снятия блокады Ленинграда.

Преимущества этого нового формата визуализации контента в последние годы оценили и украинские интернет-СМИ. Проект «Новое время» nvua.net запустил рубрику «Лонгриды» в сентябре 2014 г., в ней уже собрано более 60 материалов в формате «диджиталсторителлинг». Например, в январе

2015 г. вышли проекты «Наш Сталинград», «Чем был и чем не был Майдан», «Человек слова», «Итоги года: 14 событий, которые изменили мир». В отличие от других изданий, использующих этот формат, «Новое время» обещает пополнять раздел лонгридов с завидной регулярностью. Почти ежедневно читатели могут найти там новые материалы. Другие украинские издания только начинают экспериментировать с такого рода форматами.

Преимущества лонгридов очевидны, но есть и недостатки. В частности, этот формат подходит в основном для большого экрана. Только в этом случае можно оценить достоинства крупноформатных иллюстраций. Визуальное впечатление от материала в таком случае довольно сильное. При просмотре со смартфона оценить преимущества лонгрида сложнее, а на iPad некоторые лонгриды будут работать только в статичном формате. Кроме того, нередко лонгриды со сложной версткой и интерактивными элементами вызывают восторг у журналистов и дизайнеров, но получают мало внимания читателей. Очень многое зависит от правильно выбранной темы. Качественно сделанные лонгриды достаточно дороги и требуют определенных инвестиций, а также целой команды программистов для полноценной работы проекта. Эти факторы тормозят активное внедрение нового формата визуализации в журналистскую практику.

Пока что белорусские интернет-СМИ практически не выпускают лонгриды. Это можно объяснить определенной шаблонностью мышления, отсутствием креативных идей. Сказывается также недостаток кадров. В частности, если говорить о таком новом формате подачи материалов, как интерактивная инфографика, то в Беларуси ее изготовлением занимается разве что известный дизайнер Вадим Шмыгов. Его работы можно увидеть на портале Tut.by. Современная медиасфера требует от журналиста новых кроссмедийных компетенций, овладеть которыми непросто. В качестве примера белорусского лонгрида можно привести материал «80 вещей, которые разорвали нас в 2014 году», размещенный на сайте By.Tribuna.com. Во всяком случае, именно так он был анонсирован в социальных сетях. Однако по уровню мультимедийности он значительно уступает зарубежным спецпроектам. Некоторые элементы лонгридов мы можем найти также в публикациях белорусских сайтов Куку.org и CityDog.by. Спецпроекты выпускает также БелТА, однако к категории лонгридов отнести их, безусловно, нельзя.

Таким образом, полученные в ходе исследования данные позволяют утверждать, что лонгрид относится к новому формату визуализации в современных интернет-СМИ. Развитие новых технологий способствовало появлению в медиaprостранстве никогда не применявшихся ранее интерактивных средств выразительности. В то же время сейчас далеко не все редакции СМИ Беларуси спользуют потенциал новых визуальных платформ с должной эффективностью. Современная веб-журналистика вступает

в новый этап развития, требующий от журналиста новых технологических и творческих компетенций. Пока нельзя с уверенностью сказать, станет ли такое мультимедийное повествование стандартом отрасли или останется модной технологической игрушкой. В любом случае не исключено, что такой формат подачи материалов, как лонгрид, в будущем возвратит интерес читателей к аналитическим текстам и изменит подход к веб-журналистике.

Литература

1. Белякова, Л.П. Аналитическая журналистика печатной периодики (теория, методика, творческий опыт) / Л.П. Белякова. – Минск: БГУ, 2012. – 167 с.
2. Варганова, Е.Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики / Е.Л. Варганова. – М.: МедиаМир, 2014. – 280 с.
3. Градюшко, А.А. Современная веб-журналистика Беларуси / А.А. Градюшко. – Минск: БГУ, 2013. – 179 с.
4. Земля отчуждения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kommer-sant.ru/projects/chernobyl>. – Дата доступа: 25.01.2015.
5. Медиафера Беларуси. Социологический аспект; под общ.ред. В.О. Дашкевича [Электронный ресурс] / Информационно-аналитический центр Администрации Президента РБ. – Минск, 2014. – Режим доступа: http://iac.gov.by/sbornik/Mediasfera_Belarusi.pdf. – Дата доступа: 25.01.2015.
6. Муравьева, О.В. Современная журналистика в условиях конвергенции / О.В. Муравьева // 7th International Scientific Conference «European Applied Sciences: modern approaches in scientific researches»: Papers of the 7th International Scientific Conference. December 16, 2013, Stuttgart, Germany. – P. 13–14.
7. Snow Fall. The Avalanche at Tunnel Creek [Electronic resource] / ed. John Branch. – Mode of access: <http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall>. – Date of access: 25.01.2015.

Екатерина Гуртовая

Белорусский государственный университет

ФОТОГРАФИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ВИЗУАЛЬНОГО ОБРАЗА ПЕРИОДИЧЕСКОГО ИЗДАНИЯ

Как с точки зрения журналистской эффективности, так и с точки зрения маркетинга любое периодическое издание заинтересовано в оригинальном имидже, отсутствии ощущения *de ja vu* как на визуальном, так и на содержательном уровне.

Фотографическая составляющая визуального образа периодического издания представляет собой совокупность фотоизображений, опубликованных во всех выпусках газет или журналов. Различные типы изданий обнаруживают специфическое соотношение различных видов фотографии, среди которых можно выделить следующие: