

Светлана Симакова
Челябинский государственный университет
(г. Челябинск, Россия)

МЕДИАЭСТЕТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ВИЗУАЛЬНОГО ОБРАЗА ПРИ ОСВЕЩЕНИИ ТРАГИЧЕСКИХ СОБЫТИЙ В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ *

Визуальный поворот позволил рассматривать изображение на равных с текстом. С позиций визуального поворота мы подошли к исследованию контента в средствах массовой информации. При этом мы считаем, что неотделимым от «визуального поворота» является «эстетический поворот», и, наш взгляд, их необходимо рассматривать в совокупности.

Продолжая разговор об активном развитии форм и методов визуализации журналистского контента, мы решили проследить, какие формы визуализации используют СМИ при создании медиаобраза трагических событий и как этот визуальный медиаобраз влияет на реализацию медиаэстетического потенциала массмедиа.

Выбор предмета исследования (освещение трагических событий) объясняется тем, что такие события – техногенные катастрофы, падение самолетов, террористические акты и атаки, крупномасштабные ДТП – активно включаются в повестку дня СМИ.

В процессе работы нами использовались метод сплошной выборки, метод контент-анализа, метод кейс-стади.

Эмпирическую базу исследования составили материалы, содержащие визуальный контент официального сайта еженедельника «Аргументы и факты» (AIF.ru).

Для анализа визуального контента мы выделили две группы журналистских материалов: 1) журналистский материал как продукт длительного осмысления и анализа произошедшего события; 2) оперативное освещение события.

Ярким примером материала первой группы является мультимедийный лонгрид «Ад Беслана. Взгляд изнутри» (<http://beslan.aif.ru/>), посвященный Бесланской трагедии, в которой погибли более 330 человек (большинство – дети). Материал выстроен как будто по учебнику сюжетосложения и включает в себя пять «глав»: «Линейка – Захват – Неизвестность – Жажда – Развязка». В центре повествования предельно эмоционально насыщенный, тяжелый и очень напряженный нарратив,

специфика которого состоит в том, что он полностью состоит из воспоминаний участников тех событий: школьницы Агунды Ватаевой, у которой во время теракта погибла мать, Анеты Гадиевой, потерявшей старшую дочь Алану, Казбека Мисикова, попавшего в заложники вместе со своей женой и детьми, а также Ларисы Мамитовой, несколько раз бравшей на себя функции парламентаря. В тексте «нет журналиста», есть только действующие лица произошедшей трагедии. Четыре взгляда на события, четыре голоса из прошлого, четыре рассказа от начала линейки до освобождения в строгом хронологическом порядке позволяют воспроизвести многомерный, объемный рассказ о случившемся, дают возможность почувствовать боль участников захвата школы.

Спецпроект «Ад Беслана. Взгляд изнутри» был создан к десятилетию трагедии, чтобы напомнить о ней, и с этой задачей он справился на отлично. Организованный в виде таймлайна, снабженного фотографиями и фотогалереями, стоп-кадрами из видео, рисунками детей, чертежами помещений школы, видеофрагментами и аудиофайлами, а также врезками-цитатами на порой мрачном, кроваво окрашенном фоне, этот материал является, с нашей точки зрения, одним из самых эмоционально окрашенных и психологически мощных на «AIF.ru». Грамотная подача материала дает эффект 3D-погружения в сюжет, держит читателя в напряжении, заставляет вспоминать о Беслане снова и снова.

В качестве анализа визуального контента второй группы мы взяли информационный повод – освещение пожара в торгово-развлекательном комплексе (ТРЦ) «Зимняя вишня» в Кемерове, случившегося в конце марта 2018 г. Нас интересовало, прежде всего, непосредственное освещение трагедии в Кемерове, а не последовавшая рефлексия по ее поводу, в связи с чем были определены следующие границы: 25–27 марта 2018 г. (от начала освещения до окончания спасательной операции). Кемеровская драма очень быстро стала медийной. За указанный промежуток мы просмотрели 107 публикаций, найденных по тегу «Зимняя вишня». Кроме материалов за указанный промежуток времени к анализу были дополнительно привлечены около пятидесяти материалов за пределами обозначенных временных рамок – это помогло проследить преемственность в выделенных нами тематических направлениях.

Используя метод сплошной выборки, мы проанализировали каждый на наличие и вид используемого средства визуализации. В результате обнаружили, что основным и ведущим средством визуализации медийного контента, посвященного «Зимней вишне», на сайте «AIF.ru» явля-

ется фотография. Именно фотографии, отличающиеся эмоциональностью, передающие атмосферу события, вовлекающие в происходящее, являются наиболее оперативным видом визуального контента в СМИ.

Далее мы выделили тематические группы представленных фотографий. Мы предположили, что основными группами будут фотографии людей и фотографии локаций. Предположение подтвердилось в результате кейс-анализа. Следующим шагом было выделить подгруппы среди фотографий людей – это очевидцы случившегося и те, кто оказался здесь по долгу службы; участники стихийного митинга; чиновники, обвиняемые по делу «Зимней вишни» (эта группа фотографий появляется уже после нашего дедлайна).

Помимо одиночных фотографий для освещения события журналисты «АиФ» используют репортажные фотогалереи. Здесь присутствуют изображение локаций и изображение лиц. В качестве наиболее яркого примера назовем материал «Пожар в ТЦ “Зимняя вишня” в Кемерове» (www.aif.ru/society/gallery/pozhar_v_tc_zimnyaya_vishnya_v_kemerovo#id=13850188) – на 13 кадрах показана хронология события: «Вишня», которую только что начали тушить; «Вишня», зловеще пылающая в темноте; «Вишня» на следующее утро после пожара; «Вишня» с рухнувшим потолком (вид сверху – очевидно, с квадрокоптера); люди, эвакуированные с крыши здания; работающие пожарные; мужчина, плачущий на мостовой. Можно сказать, что эти фото эстетизируют трагическое происшествие, они сняты «красиво», хоть и с жуткой красотой.

Итак, основным и ведущим средством визуализации медийного контента, посвященного «Зимней вишне», на сайте «АИФ.ру» является фотография. Это коммуникативное средство оказалось вне конкуренции.

Резюмируя результаты исследования, мы приходим к выводу, что для оперативного освещения событий наиболее распространенным средством визуализации, как и много лет назад, продолжает оставаться фотография, что не удивительно. Инфографика предполагает осмысление ситуации, более длительное время на ее создание. А медиапотребитель ждет информации и, повинуясь закону клипового мышления, хочет видеть, что происходит, поэтому ставка всегда делается на фото, отличающиеся эмоциональностью, передающие атмосферу события, вовлекающие в происходящее.

* Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда, проект № 18-18-00007.