

ОСОБЕННОСТИ АУДИОВИЗУАЛЬНОГО КОМПОНЕНТА МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ МЕДИАФОРМАТОВ

А. М. Шестерина

*Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова,
Ленинские горы, 1, 119991, г. Москва, Россия,
shesterina8@gmail.com*

Структура современных мультимедийных форматов нередко включает аудиовизуальный компонент, которые может выполнять в мультимедиа различные функции. Исследование направлено на выявление особенностей использования видеоконтента в сетевом секторе медиа. На материале анализа русскоязычных массмедийных ресурсов выявляются функции видеоконтента в мультимедийных произведениях, ключевые проблемы, возникающие в случае их использования, а также возможности устранения этих проблем.

Ключевые слова: сетевой видеоконтент; аудиовизуальные медиа; мультимедиа; визуализация.

FEATURES OF THE AUDIOVISUAL COMPONENT OF MULTIMEDIA MEDIA FORMATS

A. M. Shesterina

*Lomonosov Moscow State University,
1, Leninskiye Gory, 119991, Moscow, Russia
Corresponding author: A. M. Shesterina (shesterina8@gmail.com)*

The structure of modern multimedia formats often includes an audiovisual component that can perform various functions in multimedia. The study is aimed at identifying the features of the use of video content in the online media sector. Based on the analysis of Russian-language mass media resources, the functions of video content in multimedia works, the key problems that arise in the case of their use, as well as the possibilities of eliminating these problems are identified.

Key words: network video content; audiovisual media; multimedia; visualization.

Визуализация процесса медиапотребления, отмечаемая многими исследователями [1, 2, 3] и подтверждаемая результатами социологических замеров [4], располагает авторов мультимедийных произведений к активному использованию аудиовизуального компонента в структуре текста. Этот процесс активизируется упрощением технологии видеопроизводства, а также работой алгоритмов приоритизации контента новых медиа, которые, как правило, настроены на продвижение видеоформатов. Это, наряду с интересом, который современная аудитория проявляет к мультимедийным текстам, делает актуальным вопрос о потенциале использования видео в их структуре. Несмотря на очевидную практическую и теоретическую значимость такого направления исследования, нам не удалось обнаружить работы, посвященные комплексному анализу потенциала включения видеокомпонента в мультимедийные медиапроизведения. Наше исследование представляет собой попытку ликвидировать этот пробел. На основе анализа мультимедийных текстов русскоязычного сектора медиа мы конкретизируем функциональные особенности использования видеоконтента в такого рода структурах.

В ходе проведенного исследования нам удалось установить, что относительно использования видеоконтента мультимедийные форматы можно условно разделить на три группы:

1. Мультимедийные произведения, основой которых является видеоконтент (web-doc);
2. Мультимедийные форматы, в которых основу составляет текст, но видеоконтент используется часто (мультимедийный лонгрид, мультимедийный фичер, субъективный репортаж, мультимедийный проект, трансмедийный проект);
3. Мультимедийные форматы, в которых основу составляет текст и видеоконтент используется редко (мультимедийная статья, история успеха).

Видеокомпоненты в этих форматах могут выполнять различные функции, к основным из которых можно отнести:

1. Структурирующую. В этом случае видеоконтент становится основным, а текстовые, интерактивные и аудиофрагменты – дополняющими (как, например, в web-doc «Все сложно», имеющем ризомную структуру);

2. Иллюстрирующую. В такой ситуации видеофрагменты практически дублируют содержание текста, подтверждая изложенную в нем информацию. Нередко подобные примеры мы встречаем в субъективных репортажах («Асфальтовый приход»);

3. Информационную. Видеофрагмент передает аудитории новую информацию, не появляющуюся в тексте (например, репортажный фрагмент с рассказом о женщине, которая живет на территории с повышенным радиоактивным фоном в мультимедийном лонгриде «Зона отчуждения»);

4. Конкретизирующую. Видеофрагмент сообщает дополнительные детали о предмете повествования (например, свидетельства очевидцев в мультимедийном лонгриде «Snowfall»);

5. Коммуникативную. Видеоконтент выстраивает контакт автора с аудиторией, способствует активизации интерактивности. Чаще всего такая работа со зрителем наблюдается в web-doc или мультимедийных проектах

6. Навигационную. Видеоконтент в данном случае помогает читателю ориентироваться в пространстве мультимедийного текста. Ярче всего это проявляется в анимационных элементах и использовании паралакс-эффекта.

Несмотря на активное включение авторами видео в структуру мультимедиа, мы можем отчетливо наблюдать ряд проблем, связанных с этим процессом:

1. Слабая связь видеоконтента с основным текстом произведения;
2. Отсутствие единой стилистики видеоматериалов;
3. Использование некачественного видеоконтента даже при возможности осуществить качественную съемку;
4. Битые ссылки (видео не загружается). Эта проблема нередко возникает в трансмедийных произведениях;
5. Нарушение авторских прав.

Решение вышеупомянутых проблем, как нам представляется. Лежит в плоскости профессионализации авторов мультимедийных текстов и в исследовании и разработке теории мультимедийного видеоконтента как одного из ключевых субформатов современной журналистики.

Библиографические ссылки

1. *Амзин А. А.* Особенности медиапотребления. [Электронный ресурс]. URL: <http://newmedia2016.digital-books.ru/kniga/osobennosti-mediapotrebleniya/> (дата обращения: 01.03.2023);
2. Мультимедийная журналистика / под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой. М.: Издательский дом Высшей школы экономики. 2017. 413 с.
3. Особенности функционирования современных аудиовизуальных медиа. / Под ред. А. М. Шестериной. Воронеж: Кварта. 2018. 328 с.
4. Аудитория медиа [Электронный ресурс]. URL: <https://mediascope.net/upload/iblock/cd5/Adindex%20City%20Conference%202021%20Mediascope.pdf> (дата обращения: 01.03.2023).