

СОЦИАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМАТИКА В ЖУРНАЛИСТСКИХ ПОЛИКОДОВЫХ ТЕКСТАХ

Д. В. Зубко

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

Поступила в редакцию 23 октября 2023 г.

Аннотация: в статье исследуются социально ориентированные журналистские семантически осложненные материалы федеральных СМИ России, опубликованные в период 2014–2023 г. Для анализа специально отобраны технически сложные полисемантические интерактивные публикации глубокого погружения: мультимедийные лонгриды, сноуфоллы, интерактивные истории игрового формата. Определены тематические доминанты таких материалов. Выявлено, что представление социально значимой проблематики в поликодовом формате способно значительно расширить воздействующий потенциал публикаций, усилить пробуждаемые ими эффекты: присутствия, сопереживания, созидания, достоверности, консолидации.

Ключевые слова: журналистика, социальная проблематика, цифровизация, поликодовый текст, интерактивность, лонгрид, сноуфолл, мультимедийная история.

Abstract: the article examines socially oriented journalistic semantically complicated materials of the federal mass media of Russia published in the period 2014–2023. Technically complex polysemantic interactive publications of deep immersion were specially selected for analysis: multimedia longreads, snowfalls, interactive stories of game format. The thematic dominants of such materials are determined. It is revealed that the presentation of socially significant issues in a polycode format can significantly expand the impact potential of publications, strengthen the effects they awaken: presence, empathy, creativity, credibility, consolidation.

Keywords: journalism, social issues, digitalization, polycode text, interactivity, longread, snowfall, multimedia history.

Социальная проблематика в контексте цифровизации массмедиа. Тематическая ориентация публикаций на социальное направление традиционно является доминантной в массмедиа наряду с политической и экономической проблематикой. Содержание социальной журналистики многопланово, в силу социального характера самой журналистской деятельности. Задачи социальной журналистики обусловлены необходимостью «предоставления аудитории полной информации о состоянии социальной сферы, согласования интересов и отслеживания человеческих реакций на происходящие социальные изменения, выработки социальных технологий и нравственной оценки событий, а также <...> организации действий, предполагающих непосредственное вмешательство в социальную практику» [1, 155]. В этой связи можно заключить: в широком смысле социальная журналистика сосредоточивается на противоречиях личного и общественного, трудностях бытия «маленького человека», проблемах взаимоотношений личности и определенной социальной группы, личности и государства, личности и общества.

Вот только отдельные вопросы, находящиеся в фокусе внимания социальной журналистики: права человека; толерантность и нетерпимость; пре-

ступность и причины ее распространения на определенной территории; вопросы образования, семьи, материнства и детства; проблема безработицы; вопросы своевременной и достойной оплаты труда, бездомности, бедности, поддержки малоимущих категорий граждан; последствия войны и вопросы достижения мира; проблематика трудовой миграции; вопросы экологии; физического и психического здоровья населения; безопасности граждан; состояние социально-бытовой сферы, инфраструктуры.

Иными словами, фокус социальной журналистики сосредоточен на человеке, его проблемах, а не на вопросах функционирования государственных или экономических систем и деятельности политических элит, состоянии международных отношений или других дилеммах глобального и, как следствие, в ряде случаев, обезличенного характера. Репрезентация социальных проблем в СМИ значима в той мере, что — так или иначе — касается каждого гражданина.

Продолжая разговор о социальной проблематике в контексте цифровизации массмедиа, невозможно игнорировать как тенденции восприятия и потребления информации аудиторией, так и специфику медиаконтента последних десятилетий. В России наблюдается преобладание развлекательного контента над социальным, познавательным, информирующим: «развлекательность низкого уровня все

больше претендует на лидерство, на основной фактор формирования человеческих вкусов, чувств, мышления» [2, 19]. Существенно расширился информационный поток: усиление процессов цифровизации привело к тому, что в десятки, а то и в сотни раз, возросло производство медиаконтента, он создается теперь не только профессиональными журналистами, но и пользователями сети. Усугубляют ситуацию так называемые информационные пузыри или пузыри фильтров — искусственно созданные алгоритмами поисковых систем и социальных сетей персонализированные интернет-вселенные, ограничивающие пользовательское внимание на той части контента, которая соответствует его мнениям, интересам, мировоззренческим установкам. Информационные пузыри провоцируют интеллектуальную изоляцию аудитории [3]. Указанные события и обстоятельства приводят к необходимости поиска редакциями способов вернуть аудиторию, удержать ее внимание.

Поликодовый журналистский текст: репрезентация социальной проблематики. Один из инструментов привлечения читателя — подготовкой редакциями интерактивных поликодовых материалов. В общем смысле такие публикации представляют собой сложные поликодовые (креолизованные / семиотически осложненные / гибридные) цифровые медиатексты. Это тексты, «фактура которых состоит из двух неомогенных частей: вербальной (языковой/речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык)» [4, 180]. Цифровое функционирование медиатекстов предполагает усиление их воздействующего потенциала через совокупность знаков разнородных семиотических систем: текста, информационной графики, фотографий, графических иллюстраций, слайд-шоу, видеозаписей, аудиовставок, 3D-панорам, интерактивных карт, анимации, мультимедийных тестов, таймлайнов, элементов дизайна (фон-подложка, текстовый дизайн и т.д.).

Условно такие тексты можно характеризовать как интерактивные материалы глубокого погружения. Поликодовость форсирует традиционные иммерсивные эффекты качественных журналистских публикаций: эффект присутствия, сопереживания, созидания, достоверности, консолидации. Особенно это касается материалов глубокого погружения, в которых реализуются принципы интерактивности (прямого взаимодействия с контентом) и нелинейности (влияния на ход истории). Сочетание нескольких знаковых систем способствует усилению смысловосодержания, активизирует эмоциональный отклик читателя и способствует эмоциональному заражению аудитории.

Цифровые, качественно выполненные полисемантические публикации глубокого погружения, актуализирующие социальные вопросы, появились в отечественных сетевых СМИ в 2010-е гг. В форматном

отношении это поликодовые лонгриды, материалы сноуфолл-формата, интерактивные истории-игры и истории-мультфильмы. В отдельных изданиях (например, «Лента.ру», «Коммерсантъ», «ТАСС», «Такие дела») подобные материалы, в связи с терминологической неоднозначностью понимания цифровых форматов, маркируются редакциями как «спецпроект» или «мультимедийные материалы».

В связи с универсальностью понятия «поликодовость» и с тем, что поликодовыми в сущности являются все материалы, в которых происходит сочетание двух и более знаковых систем, необходимо уточнить, что в контексте данной статьи фокус внимания сосредоточен на цифровых интерактивных поликодовых материалах, т.е. на технически сложных мультимедийных журналистских публикациях, предполагающих интерактивное взаимодействие читателя с ними, характеризующихся нелинейностью повествования и включающих в себя не менее трех знаковых систем. Мониторинг публикаций охватил период 2012–2023 гг., поиск материалов в федеральных изданиях производился с помощью ключевых слов: «сноуфолл», «спецпроект», «лонгрид», «мультимедийный материал».

Тематический и жанрово-форматный профиль социально ориентированных поликодовых журналистских публикаций. Под лонгридом понимается журналистский материал, в основе которого лежит длинный текст, сопровождаемый визуальным или аудиальным контентом. Интерес вызывает точка зрения С. И. Симаковой, которая утверждает, что лонгрид — в форматно-жанровом представлении о нем — не в полной мере является продуктом цифровизации [5]. Лонгриды, т.е. длинные тексты, обстоятельные аналитические или публицистические материалы (статьи-передовицы, очерки, корреспонденции) существовали задолго до появления интернета. Вместе с тем освоение редакциями возможностей гипертекста, интерактивности, мультимедийных инструментов привело к переходу характеристики текста (длинный текст) в сетевой формат — мультимедийный лонгрид.

Под лонгридом предлагаем понимать содержание глубоко, относительно длинный журналистский поликодовый текст, обладающий признаками интерактивности, гипертекстовости. Невербальные элементы в таких публикациях статичны, интерактивное взаимодействие с контентом ограничено для читателя перелистыванием слайд-шоу, самостоятельной активацией аудио или видеовставок и, как следствие, более слабым эффектом погружения в материал. Такие материалы, если использовать терминологию А. А. Бернацкой [6], умеренно креолизованы — т.е. их невербальные элементы хоть и значительно дополняют текст, тем не менее являются факультативными, вербальная часть таких публикаций относительно самостоятельна. В сущности,

к таким публикациям можно отнести значительную долю объемных текстовых материалов, сопровождаемых мультимедийным содержимым.

В российском медиаполе это, например, социально направленный поликодовый медиапроект издания «Аргументы и факты» — «Сталинград. Лето 42-го». Лонгрид содержит выдержки из газетных публикаций времен Великой Отечественной войны, объявления, воспоминания, письма, дневниковые записи Первого секретаря Сталинградского обкома и горкома ВКП(б) в 1938–1946 гг. А. С. Чуюнова, жителей Сталинграда, защитников города и фашистских захватчиков о начале Сталинградской битвы, ставшей переломной в Великой Отечественной войне. Эмоциональная глубина материала достигается через истории простых людей, описание их быта. Логика построения лонгрида носит хроникальный характер: довоенная жизнь города и Сталинградской области в 1939–1941 гг., Сталинград — глубокий тыл, бои в Сталинградской области и подготовка к обороне Сталинграда, начало Сталинградской битвы 23 августа 1942 г. Материал содержит фото, графические вставки, статичную инфографику, сканированные копии документов, газетных публикаций, короткие мультимедийные заметки, активируемые нажатием кнопки мыши. Наряду с этим ключевую воздействующую функцию в материале «Сталинград. Лето 42-го» выполняет текст.

Сноуфолл-материалы — это публикации, уникальность которых заключается в полной креолизации содержимого. Такие материалы не обязательно дополняются длинным текстом, визуальная и аудиальная составляющие выходят в них на первый план. Публикации такого рода нестатичны: посредством скроллинга пользователь активирует мультимедийный контент — «оживляет» страницу: начинает играть музыка, происходит переключение таймлайна, активируется анимация, включаются видеозаписи. Сноуфоллы могут быть нелинейны: погружение в контент возможно в том порядке и в той мере, в которой это необходимо пользователю. Восприятие вербального элемента таких публикаций (собственно текста) осложнено без невербальной части. Текст, как правило, несет вспомогательную функцию, текстовые вставки не обязательно объемны.

Иллюстрирует своеобразие формата «сноуфолл» материал социальной направленности от редакции «Первого канала» — «Всем миром. Год спустя». Это спецпроект о последствиях разрушительного наводнения на Дальнем Востоке в 2013 г. и о результатах благотворительного марафона в поддержку пострадавших и потерявших кров жителей региона. Логика построения материала подчинена хроникальному принципу. В публикации используются карты, в том числе интерактивные, инфографика, слайдшоу с фотографиями последствий наводнения. Таймлайн в верхней части экрана показывает, как росло чис-

ло разрушенных домов и пострадавших, приводятся гиперссылки на финансовую документацию. Эффекты присутствия, сопереживания, достоверности порождают видео- и аудиовставки (документальные шумы: пение птиц — в титульном кадре публикации; шум воды, звуки спасательной операции — в части, посвященной затоплению региона и спасению жителей пострадавших поселений; звуки работающей техники и пение птиц — в заключительной части материала, где приводится информация о восстановлении региона и расходовании средств, которые удалось собрать с помощью государства и благотворителей). Текст в данном материале представлен в минимальном информирующем объеме. Опубликованный в 2014 г. сноуфолл «Всем миром. Год спустя» — один из первых журналистских проектов интерактивного формата в России.

Другой проект формата сноуфолл — материал «ОПГ 90-х» издания «Лента.ру». Данная публикация имеет яркий иммерсивный характер: в беспокойную и опасную атмосферу 1990-х гг. погружают тревожная музыка, сопровождающая читателя на протяжении всего повествования, и шумы — вой ветра, как символ опасности, безнадежности. Курсор компьютерной мыши меняется на прицел, который становится красным при наведении его на элементы, с которыми возможно интерактивное взаимодействие. В целом, красный цвет является доминирующим в материале: при перелистывании карточек с описанием ключевых организованных преступных группировок 1990-х гг. на странице «На заре криминала» происходит их окрашивание в красный (кровавый) цвет. В красном и черном цветах представлены эмблемы, обозначающие доминантные образы каждой истории: графические изображения красных папок — отсылка к 30 томам уголовного дела, заведенного на ОПГ «Тяп-Ляп»; иконическое изображение собаки в красном цвете — отсылка к собачьим боям, которые организовали лидеры преступной группировки «Хади Такташ»; красные и черно-белые пули, черные автоматические винтовки, черные мишени и т.д. — отсылка к преступлениям ОПГ, в числе которых многочисленные и массовые убийства. Уникален дизайн спецпроекта, начиная от фона-подложки, заканчивая иконическими элементами, которые сопровождают текст. Публикация имеет нелинейный характер, возможно обращение читателя к историям только отдельных ОПГ. Вербальный элемент публикации — текст — имеет высокое значение для восприятия информации, наряду с этим атмосфера, создаваемая музыкой, логика построения материала, проработка дизайна, в т.ч. анимация, фотовставки позволяют оценить весь масштаб и социальные последствия преступности 1990-х гг. в России.

В отдельную категорию выделим интерактивные истории игрового формата. Такие материалы характеризуются полным погружением пользователя

в происходящее на экране, напоминают компьютерные игры или интерактивные мультфильмы. Редакции могут разрабатывать геймплей для вовлечения аудитории в игровой процесс, удержания ее интереса, создания мотивации на достижение результата. Текст в таких материалах выполняет вспомогательную функцию, дополняет «игровой процесс» или содержание «мультфильма». Истории игрового или анимационного комикс-формата характеризуются серьезным вовлекающим эффектом.

Наиболее полно формату игры соответствует проект издания «Такие дела» — «Выход. Игра о том, как мигранты переживали пандемию». Проект представляет собой игровой материал, цель которого показать, как тяжело в период пандемии пришлось трудовым мигрантам в России. Материал выполнен в формате пиксельной анимации, сопровождается музыкой. Герой игры — трудовой мигрант, которому необходимо в разгар пандемии выйти на работу, его задача — пройти несколько уровней, не нарушив закон: помочь группе врачей улететь в Бишкек, помочь трудовому мигранту вернуться из Казахстана на работу в Россию, самому выйти на работу. Материал качественно и интересно выполнен, сопровождается комическими элементами, вместе с тем эксплуатирует стереотипные суждения о злоупотреблениях отдельными полицейскими своим положением.

Другой материал игрового характера — интерактивный мультфильм «Откат. Какой была Россия 20 лет назад» издания «Лента.ру». Игра предлагает читателю «откатить себя в 2000 год», ответив на несколько вопросов теста, а после получения результата напоминает в формате анимированных комиксов о быте и социальных проблемах 1990-х — начале 2000-х гг.: преступности, бедности, невозможности приобрести жилье, утрате ценностных ориентиров и деморализации населения и т.д. Антураж поддерживается фоновыми музыкальными вставками из песен 1990-х гг., шумами (милицейская сирена, щебет птиц, звон разбитого стекла), аудиоцитатами из сериалов и фильмов конца 1990-х — начала 2000-х гг.: «Улицы разбитых фонарей», «Брат», «ДМБ», «Бригада». В данном материале текстовые вставки практически отсутствуют, представлены в формате коротких спич-бабблов (текстовых облаков) анимированных героев.

Тематическая палитра социально направленных лонгридов, сноуфоллов и интерактивных историй-игр в отечественном медиапространстве обширна. В качестве ведущих тем определим темы войны и мира: материалы о Великой Отечественной войне («День, когда началась война», «Великое сражение великой войны» («Коммерсантъ»); «900 дней жизни» («ТАСС»); «Великая победа», «Чума фашизма» («Лента.ру»); «У Победы девичье лицо» (Mash); «Сталинград. Лето 42-го» («Аргументы и факты»)), специальная военная операция России на Украине, героизм рос-

сийских военных, преступления украинских боевиков («РИА Новости»: «“Раненые — они как дети”. Кто вытягивает российских бойцов с того света»; «“То, чему вас учили, здесь не спасет”. Что происходит под Донецком»; Mash: «Путь добровольца: честные рассказы парней, уехавших на СВО», «“Смысл нашей жизни — это любовь”»: интервью с матерями российских солдат»), иные войны и их социальные последствия («Опиум и смерть», «Война в Сирии: от бомбардировок к патрулированию» («Коммерсантъ»); «История субкоманданте Маркоса: четвертая мировая уже началась» (Mash)).

Поликодовый текст о толерантности и дискриминации по национальному признаку, проблемах трудовой миграции: «Выход. Игра о том, как мигранты переживали пандемию» («Такие дела»). Материалы о последствиях стихийных бедствий и техногенных катастроф: «Всем миром. Год спустя» («Первый канал»); «Земля отчуждения» («Коммерсантъ»). Поликодовые публикации о социальных катастрофах: «Откат 2000. Какой была Россия 20 лет назад», «1917. Столетие ужаса», «ОПГ 90-х» («Лента.ру»). Материалы о бездомности и поддержке социально незащищенных категорий граждан: «Жили|были. Пять историй реальных людей», «Карта памяти. Продолжение проекта «Жили|были»» («Такие дела»). Наркозависимости: сноуфолл «Россия под наркотиками» («Лента.ру»)

Публикации о проблемах физического и психического здоровья населения: сноуфолл «Что делать» («Лента.ру») о том, как в условиях современного мира справляться со стрессом и сохранить здоровье; «Алгоритм. Кто тобой управляет» («Лента.ру») — материал о негативном воздействии социальных сетей на психическое благополучие людей, о противодействии «информационным пузырям»; интерактивный тест об опасностях сетевой коммуникации — «Попробуй выжить в интернете!» («Лента.ру»); «Чистые страницы. Живые истории победы над хроническим гепатитом С в России» («Такие дела»).

Исследованные показали, что поликодовые журналистские материалы социального характера, в целом, характеризуются высоким качеством исполнения, обладают образовательным и гуманистическим потенциалом. Предложена авторская классификация поликодовых текстов глубокого погружения, представленных в российских СМИ в период 2014–2023 гг.: лонгриды, сноуфоллы, интерактивные истории игрового и анимационного формата. Определено, что тематическое пространство социально ориентированных поликодовых материалов глубокого погружения обширно, включает в себя материалы на следующие темы: войны и мира, толерантности и дискриминации, психического и физического здоровья граждан, наркозависимости,

бедности, помощи социально незащищённым категориям граждан, последствий социальных, техногенных катастроф, стихийных бедствий. Отмечается, что материалы социальной направленности в наибольшей степени нуждаются в поликодовом представлении, в силу их высокого общественного значения, в том числе для молодежи, тяжело, вследствие усиления процессов цифровизации, воспринимающей традиционные аналитические и публицистические тексты.

ЛИТЕРАТУРА

1. Фролова Т. И. Предметно-функциональные особенности социальной журналистики / Т. И. Фролова // Известия БГУ. — 2014. — № 2. — С. 150–155.
2. Ключев Ю. В. Радиовещание Ленинграда-Петербурга: организационная структура, проблематика, эволюция

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

Зубко Д. В., кандидат филологических наук, старший преподаватель, Высшая школа медиакоммуникаций и связей с общественностью, Гуманитарный институт

E-mail: zubko_dv@spbstu.ru

форм и жанров (1980–2000 гг.): дис. ... кандидат филол. наук: 10.01.10 / Ю. В. Ключев. — Санкт-Петербург, 2004. — 281 с.

3. Тесленко А. Н. «Информационные пузыри» молодежного сознания / А. Н. Тесленко // Северный регион: наука, образование, культура. — 2023. — № 2 (54). — С. 54–62.

4. Сорокин Ю. А. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция / Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасов // Оптимизация речевого воздействия. — М., 1990. — С. 180–186.

5. Симакова С. И. Сноуфолл как синтез вербального и визуального компонентов в журналистских материалах / С. И. Симакова // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела. — 2017. — № 5. — С. 80–89.

6. Бернацкая А. А. К проблеме «креолизации» текста: история и современное состояние / А. А. Бернацкая // Речевое общение: Специализированный вестник. — Вып. 3 (11). — Красноярск, 2000. — С. 104–110.

*Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University
Zubko D. V., Candidate of Philological Sciences, senior lecturer, Higher School of Media Communications and Public Relations, Institute of Humanities
E-mail: zubko_dv@spbstu.ru*