

СПЕЦИФИКА ВИДЕОКОНТЕНТА В СОВРЕМЕННЫХ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЯХ (НА МАТЕРИАЛЕ RIA.RU И LENTA.RU)

Швыдченко Виктор Васильевич

Студент (бакалавр)

Северо-Кавказский федеральный университет, Факультет филологии, журналистики и межкультурной коммуникации, Кафедра истории и теории журналистики, Ставрополь, Россия

E-mail: shvydvictor@yandex.ru

Важной особенностью развития мультимедийности современных отечественных СМИ выступает внедрение и активное использование видеоконтента на сайтах. По мнению В.А. Полынова[1], глобальные информационные тренды проявляются в агентствах на разных уровнях: это использование новых технологий и средств мультимедиа - отличное от прежних традиционных технологий - непосредственно на сайте и в подписных пакетах; также - внешнее расширение и использование контента на других медиаплощадках, осуществление рециклинга.

Глобальные и национальные медиасистемы, по мнению Вартановой, движутся в сторону цифровизации, технологической конвергенции каналов, платформ и сервисов, гибридизации жанров и стилей журналистики в цифровом медиaprостранстве[2]. Такое развитие меняет способы восприятия журналистских материалов массовой аудиторией, кликабельность мышления заставляет производить информационный продукт с целью захватить, удержать внимание пользователей. Видеоконтент - один из наиболее распространённых способов достичь этих целей.

Чтобы охарактеризовать тематику видеоконтента «РИА Новости», мы просмотрели 263 публикации. Нами было выявлено, что подавляющее количество материалов имеет социальную направленность, событийность. Кроме того, видеоматериалы, которые публикуют «РИА Новости» работают над тем, чтобы дать читателю максимально точную, объективную и критически-осмысленную картину происходящего. Например, освещая протесты в Казахстане, информагентство выпустило три ролика: «Пожары и погромы: Казахстан захлестнула волна протестов», «Режим ЧП в Казахстане: протесты переросли в погромы», «"Это все было так спланировано" - житель Алматы о протестах». Эти ролики рассказывают о происходящем, в них содержится аналитический обзор, комментарии официальных лиц, слова очевидцев и представителей народа.

Мы также рассмотрели тематическую составляющую в роликах издания «Лента.ру». Подавляющее большинство из них - 10 материалов - посвящены биографиям известных миру или России людей. Рубрика называется «Кто такой». Другие проекты - специализированы и связаны как с событиями в мире и России, так и с историей, аналитикой или жанром нон-фикшн. Контент «Ленты» разнообразен, не имеет границ и рамок, часто подвергается экспериментам и попыткам завладеть новой аудиторией.

Архитектоника роликов «РИА Новости» строится по правилу «золотого сечения», которое улучшает эстетическое восприятие информации. Монтаж - последовательный, иллюстрирующий описываемые события, информирующий аудиторию и подтверждающий текст, либо слова журналиста за кадром. В целом же, сюжеты и ролики следуют телевизионным стандартам. Например, в ролике, подготовленном к 875-летию Москвы о том, как изменилась столица России за последние 25 лет¹¹. Видео построено по принципу параллельного монтажа, где одни и те же московские локации показаны кадрами из прошлого

и настоящего. Завершается оно также актуальными событиями - перечислением главных городских достижений 2022 года. В этом случае ролик выполняет имиджевую функцию, и архитектура видео строится по принципу сравнения: показать, как было «до» и стало «после».

Архитектура видеороликов на «Ленте.ру» меняется в зависимости от содержания и жанра материала. Видео не ограничиваются информационной составляющей, сухими. В них есть место для аналитики, публицистики, юмора. «Ленте.ру» присуща сюжетность, умение обращаться и взаимодействовать с аудиторией. Видеоматериалы приближены к интернет-форматам, блогингу. Например, в видео «Метавселенные: тотальный контроль или новая реальность?» журналист рассказывает о последних технологических новшествах и трендах: функции Share play, позволяющей одновременно смотреть видеоконтент на разных ресурсах и популярности рынка NFT. В заключении, автор озвучивает тему ролика, в данном случае возможность развития метавселенной, а также поднимает основные вопросы «за» и «против», на которые в последующем будет дан ответ.

В ходе исследования мы проанализировали средства визуализации контента. Так, в видеоматериалах «РИА Новости» не используют информационную графику, картинки и другие искусственно созданные средства визуализации. В некоторых роликах присутствуют субтитры, архивные кадры.

Набор средств визуализации у ленты обширен: это графика, динамичные, яркие переходы, множество отсылок к массовой культуре: отрывки кино, сериалов, мультфильмов, а также компьютерных, консольных игр. Так называемый, геймплей. «Лента.ру» использует в монтаже и чужие ролики, в том числе рекламные.

Рассмотрев оформление текстовой составляющей в видеоблоках ria.ru и lenta.ru, мы выявили, что в роликах «РИА Новости» текст оформлен одинаково - это белый шрифт, который хорошо заметен на любом фоне. Предложения короткие, простые, без сложных конструкций. Озвученный текст представлен в виде закадрового текста или синхронизации, которые выполняют эмоциональную или экспертную функции.

«Лента.ру» экспериментирует с текстом: добавляет нестандартные шрифты, цвета и способы появления текста на экране. Синхроны в роликах «Ленты.ру» отсутствуют, озвученный текст подаётся либо в форме закадрового, либо произносится ведущим, который появляется в кадре.

[1] Польшов, В.А. Информационные агентства в сетевом пространстве: системные характеристики // Социально-гуманитарные знания. - 2018. - С. 128-140.

[2] Вартанова, Е. Л. Об основных понятиях «поля цифровых медиа» в российских исследованиях СМИ // МедиаАльманах. - 2018. - № 2 (85). - с. 8-16.

Источники и литература

- 1) Польшов, В.А. Информационные агентства в сетевом пространстве: системные характеристики // Социально-гуманитарные знания. – 2018. – С. 128-140
- 2) Вартанова, Е. Л. Об основных понятиях «поля цифровых медиа» в российских исследованиях СМИ // МедиаАльманах. – 2018. – № 2 (85). – с. 8–16.