

**Коммуникативный дизайн спецпроекта сайта «Батенька, да вы трансформер» «Верещагин и мир в огне»**

**Научный руководитель – Тихомирова Галина Аркадьевна**

*Политова Ольга Олеговна*

*Студент (бакалавр)*

Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина, Факультет русской филологии и национальной культуры, Рязань, Россия

*E-mail: politowa.olg@yandex.ru*

Интернет-журналистика длинных форм (англ. long-form journalism) в настоящее время является одной из основных тенденций развития мировых медиа [1].

Лонгриды в современных Интернет-СМИ, как правило, имеют особую композицию и верстку: при просмотре лонгрида пользователь не только читает текст, но и взаимодействует с медиафайлами, встроенными в структуру повествования [2]. Формат лонгрида предполагает глубокое погружение читателя в тему, а также серьезную проработку журналистом большого количества источников по предмету исследования» [1].

Электронная среда меняет наши представления о сценарности в структуре медиапотребления [4]. Технологии коммуникативного дизайна позволяют создавать пространство, в котором пользователь является соавтором сообщения, а графическая модель определяет его концептосферу. Примером данного формата репрезентации материала являются мультимедийные проекты, представленные на российских просветительских ресурсах «Arzamas» (<http://arzamas.academy/>) и «Карта истории» (<https://kartaistorii.ru/>).

Объектом нашего анализа являются основные особенности жанра в спецпроекте сам-издата «Батенька, да вы трансформер» «Верещагин и мир в огне», созданного при поддержке Государственной Третьяковской галереи.

Страница проекта стилизована под панорамное изображение соединенных в единое полотно фрагментов и образов разных картин русского художника XIX века Василия Верещагина. По полотну «картины» в виде таймлайна расставлены метки - при наведении на них курсора открываются всплывающие окна с дополнительными материалами. Это статьи, озвученные фрагменты из дневников художника, комиксы и игры.

В отличие от нарративного лонгрида, где сценарий взаимодействия пользователя с виртуальной средой срежиссирован журналистом и дизайнером, а пропуск одного элемента ведет к потере смысла всего сообщения, мультимедийный проект представляет собой нелинейное повествование через текст, видео- и аудиоресурсы. Он более интерактивен, в него можно встроить игровую составляющую, что, теоретически, повысит вовлеченность и увеличит время прочтения материала. Поскольку основной акцент делается на визуализацию и геймификацию, медийный опыт, получаемый пользователем, больше напоминает ощущение от просмотра фильма или прохождения компьютерной игры. Соответственно, обращаться к таким материалам удобнее через стационарные ПК.

Для удобства пользователя все файлы вынесены в отдельное поле внизу экрана. Материалы собраны в разделы: «истории», «комиксы», «аудио», «игры». Внизу экрана расположена вкладка «о проекте».

В разделе «истории» находятся статьи по темам:

1. Творческий метод Верещагина и анализ его картин: «Репортер и пацифист. Что нужно знать о Верещагине, чтобы понимать его картины», «Что скрывает апофеоз войны» и т. д.

2. Факты из биографии: «Верещагин - супергерой: несколько историй, случившихся с художником в русско-турецкой войне», «travel-блогер: куда и как ездил Верещагин, о чем писал, что привозил из поездок и делал ли селфи» и т. д.

3. Критика и споры вокруг личности и творчества: «Чувства верующих: евангельские сюжеты Верещагина католическая церковь сочла богохульством и надругательством над святыней», «Ой, все: о том, как Верещагин наживал себе врагов, критиковал коллег и не стал профессором».

Анализ заголовков и текстов статей позволяет выявить следующие характерные черты:

1. Ориентация на неподготовленную аудиторию.
2. Использование современной «модной» лексики как элемент комического.
3. Высокий процент графического материала.

Раздел «комиксы» представляет собой образец синтетического жанра. Графический нарратив используется в тех местах, где большие текстовые фрагменты могут быть опущены без потери смысла. Форма комикса в контексте спецпроекта о художнике кажется приемлемой. Графическое решение тщательно продумано: комиксы стилизованы под карандашные и чернильные наброски, что вписывается в общую концепцию проекта и не вносит стилового несоответствия. В иных случаях приводятся воспоминания Верещагина и фактические данные с указанием источников.

Раздел «Аудио» - это озвученные воспоминания, комментарии, документальные свидетельства («об угнетении женщин в Средней Азии», «Мусоргский сыграл уничтоженную картину», «смерть Верещагина»).

В разделе «Игры» пользователям сайта предлагаются две игры: «Господи, где я?» (необходимо угадать страну по портретам местных жителей с картин Верещагина) и «Фотографии на память» (за 3 минуты найти соответствия между картинками Верещагина и фотографиями Прокудина-Горского). Основная функция игр - развлекательная, но в структуре образовательных медиапроектов они являются вспомогательными ресурсами, позволяющими эффективно структурировать материал, и тем самым способствовать запоминанию новой информации.

Мультимедийный проект является примером просветительского инфотейнмента [3]. Данный формат научно-популярной журналистики представляется нам наиболее перспективным, так как сочетание авторитетных источников информации и технологий визуальной коммуникации и интерактивности удовлетворяют информационные потребности массового (неподготовленного) и владеющего базовыми знаниями читателя (подготовленного), т.е. коммуницировать с разными сегментами аудитории.

### Источники и литература

- 1) 1. Амзин А., Галустян А., Гатов В., Кастельс М., Кульчитская Д., Лосева Н., Паркс М., Паранько С., Силантьева О., Ван дер Хаак Б.; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной: Как новые медиа изменили журналистику 2012–2016. – Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. – 304 с.
- 2) 2. Булаева М. Н. Мультимедийный лонгрид как новый журналистский формат // Журналистский ежегодник, 2015. № 4. // Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/multimediynyy-longrid-kak-novyiy-zhurnalistitskiy-format>
- 3) 3. Лозовский Б. Н. Журналистика и средства массовой информации : краткий словарь / Б. Н. Лозовский ; [УрГУ, Фак. журналистики]. – [Изд. 2-е, испр. и доп.]. – Екатеринбург : [Урал. гос. ун-т], 2007. – 288 с.
- 4) 4. Полеухин А. А. Развитие коммуникативного дизайна // Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-kommunikativnogo-dizayna>