

СТИЛИЗАЦИЯ В ПЕЧАТНЫХ СМИ ПОД ВЛИЯНИЕМ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

И. И. Карпенко

*Белгородский государственный национальный
исследовательский университет,
ул. Победы, 85, 308015, г. Белгород, Россия,
karpenkoirina@bsu.edu.ru*

В современных условиях функционирования СМИ наблюдается процесс заимствования печатными средствами информации стратегий репрезентации контента из практики сетевых медиа. Это обусловлено высокой степенью популярности интернет-медиа и большой степенью вовлеченности аудитории СМИ в интернет-коммуникацию. Эта тенденция выражается, в первую очередь, в графической стилизации журналистских материалов под электронные сервисы. В статье на примере белгородского молодежного журнала «ОнОнас» представлены некоторые из подобных стилизованных материалов.

Ключевые слова: стилизация; печатные СМИ; интернет-СМИ; интернет-коммуникация; журналистика; медиа.

STYLIZATION IN PRINT MEDIA UNDER THE INFLUENCE OF INTERNET COMMUNICATIONS

I. I. Karpenko

*Belgorod National Research University,
85, Pobeda Str., 308015, Belgorod, Russia
Corresponding author: I. I. Karpenko (karpenkoirina@bsu.edu.ru)*

In modern conditions of media functioning, there is a process of borrowing by printed media of content representation strategies from the practice of network media. This is due to the high degree of popularity of Internet media and the high degree of involvement of the media audience in Internet communications. This trend is expressed, first of all, in the graphic stylization of journalistic materials for electronic services. The article uses the example of the Belgorod youth magazine «OnOnas» to present some of these stylized materials.

Key words: stylization; print media; online media; Internet communication; journalism; media.

Для аудитории современных медиа интернет-коммуникация стала делом привычным и более традиционным, чем знакомство с печатными средствами массовой информации. В конце 1990-х гг., на ранних стадиях развития Интернета в России, электронные СМИ заимствовали графические модели привычных печатных СМИ для репрезентации медийной информации в сети Интернет. Сегодня медиа преодолели в своем развитии точку бифуркации, а электронная форма медиাপотребления стала для аудитории обыденной. Этот факт стал толчком к обратному заимствованию: сегодня мы наблюдаем усиленное перестроение печатных СМИ в графическом представлении информации с частичным или полным заимствованием интернет-стратегий – стилизация визуальных элементов, структурирование текста, увеличение визуальной доли печатного СМИ и пр. В рамках этой работы остановимся на стилизации.

В контексте взаимодействия печатной и электронной сред медиа стилизация выражается в создании журналистского произведения, которое сознательно организовано по какому-либо примеру или образцу и повторяет до мельчайших подробностей его приемы главным образом в словесном искусстве. Подобная стилизация текста позволяет журналистам не быть банальными, избегать клише и привычных рутинных фраз в традиционных жанрах текста, организовать информацию внутри текста, а также выстроить визуальный образ создаваемого материала, который привлечет потенциального читателя, а форма воплощения текста позволит в интересном виде преподнести журналистскую идею.

В качестве примера стилизации интернет-коммуникации в печатном издании обратимся к практике белгородского журнала «ОнОнас». На страницах издания мы находим следующие стилизации: сайт, лента комментариев или иной медийный объект в своем прямом предназначении, как бы он был воплощен в «привычной» ему среде, в сети Интернет, с единственной разницей – его публикацией на страницах печатной прессы, то есть в несвойственной для подобного типа материала среде. К примеру, четырехполосный материал «Общегинг.com. Где студенту жить хорошо» («ОнОнас», № 07/41, сентябрь 2017), полностью стилизованный под интернет-сайт. Это структурная, графич-

ческая, текстовая и функциональная стилизация под полноценный сайт бронирования жилья. Тут есть все соответствующие этому типу сайтов признаки: меню (проживание, столовые, проездные), навигационная цепочка Breadcrumbs («хлебные крошки»): (Главная – Россия – Белгородская область – Общежития-Белгород – Предложения в Общежитие № 1 БГТУ им. В. Г. Шухова. Белгород (Россия) или Главная – Россия – Белгородская область – Общежития-Белгород – Предложения в Общежитие № 2 БелГУ. Белгород (Россия) и т. д.), форма заполнения заявки на бронирование, стоимость проживания, рейтинг привлекательности, отзывы гостей, карта месторасположения, фотогалерея, инструкция, как добраться, ближайшие достопримечательности, инфраструктура, количество мест проживания и пр.

Другим примером стилизации выступает материал «Оскол этот воздух по белгородски фантастический. И другие интернет-запросы о Белгороде» («ОнОнас», № 02/56, февраль 2019). В материале представлены наиболее часто задаваемые поисковые запросы о Белгороде. При верстке материала была полностью сохранена архитектура текста при поиске в Google и Яндекс. Прием стилизации соблюден авторами даже в заголовке, где авторы учли гипотетические ошибки, которые делают пользователи при небрежном наборе поискового запроса в сети Интернет.

Еще один пример стилизованных журналистских произведений в журнале – рубрика «Рабочее место». Материал на разворот рассказывает о рабочем месте человека какой-либо профессиональной сферы. В разное время предметом отображения в рубрике становились радиостудия, карета скорой помощи, таксидермическая мастерская, студия скульптора, пожарная машина, мастерская по ремонту обуви и т. д. Графически материал напоминает интерактивную графику – известный интернет-сервис по созданию интерактивных мультимедийных объектов ThingLink, где бэкграундом выступают статичные фотоиллюстрации. В качестве бэкграунда в печатном материале – фотоиллюстрация рабочего места. На ней графически (выделяются контрастным контуром или вверстываются «поверх») обозначаются основные предметы, которые являются неотъемлемой частью работы конкретного профессионала. Приведем в качестве примера материал «Стоматолог» («ОнОнас», № 10/44, декабрь 2017). Бэкграунд – фотоснимок рабочего процесса

в стоматологическом кабинете. На иллюстрации выделены основные объекты, которые попадают в кадр, с сопроводительным объясняющим их назначение текстом: «Клампы. Надеваются на зуб при использовании коффердама (а это, в свою очередь, пленка из латекса для изоляции нужного зуба от полости рта во время лечения); Бормашина. В современных бормашинах есть подсветка, подача воды для охлаждения зуба во время сверления. Скорость вращения бора – около 300 тысяч оборотов в минуту; Бестеневая лампа. Состоит из нескольких разнонаправленных светильников, свет которых не создает тени» и т. д.

Другим примером стилизации журналистского материала в «ОнОнасе» под сетевой объект интерактивной графики является нанесение на фотоиллюстрации числовых меток: «Далеко глядит. Разбираем самый большой в мире памятник крестителю Руси» («ОнОнас», № 05/79, май 2021), «Без пяти минут праздник. Рассказываем о самой новогодней картине Белгородского художественного музея» («ОнОнас», № 10/74, декабрь 2020), «Из пены. О цветах, богах и девушке, в которую влюбились все мужчины Флоренции» («ОнОнас», № 09/73, ноябрь 2020) и т. д. Остановимся подробнее на одной подобной стилизации – «Свеча в поле. Детально рассматриваем прохоровскую Звонницу» («ОнОнас», № 08/72, октябрь 2020). Отметим, что материалов, которые бы целиком были стилизованы таким образом, мы не встречали, везде стилизация под интерактивную графику используется как визуальный элемент, включенный в основной текст. Априори бэкграунд в интерактивной графике может быть двух типов: во-первых, репортажная фотоиллюстрация, куда наносятся метки для пояснения события, которое запечатлено на фото, во-вторых, фотоиллюстрация, объекты на которой требуют отдельного пояснения. В случае со стилизацией подобного интернет-сервиса в печатной прессе, речь идет именно о втором варианте нанесения меток. Фотобэкграундом в рассматриваемой стилизованной интерактивной графике выступают снимки прохоровской Звонницы с четырех сторон (восток, север, запад, юг), на них в свою очередь нанесены числовые метки, смысл которых объясняется в тексте: Дева Мария и Держава, Колокол, Пилоны, Четверик, Лавровый венок, Святые и т. д. Такая визуализация дает возможность журналисту наглядно представить предмет отображения.

Подобные практики стилизации печатного журналистского материала под стилистику интернет-коммуникации не являются частотными в силу ряда причин: они требуют не только особой технической подготовленности творческого персонала редакции, но и исключительного креативного видения визуализируемой проблемы, а также больших временных затрат и нестандартного коэффициента оплаты труда сотрудника, готовящего подобные материалы. Вместе с тем, эффективность подобного подхода в журналистской визуализации не вызывает сомнения, так как материал становится привлекательным, а средство массовой информации расширяет свою аудиторию.