

Мультимодальность визуального диспозитива Интернет-СМИ (на примере сайтов радиостанций)

Научный руководитель – Досэ Франсуаза —

Тихомирова Анна Сергеевна

Аспирант

Высшая школа социальных наук (École des hautes études en sciences sociales), Париж,
Франция

E-mail: tihom92@gmail.com

Выступая в 2010 году в Массачусетском технологическом институте на форуме, посвященном миграции газет в Интернет, медиаобозреватель «Нью-Йорк Таймс» Дэвид Карр отмечал, что различие между новыми и старыми медиа разрушается и имеет смысл говорить о «гибридных медиа», которые в равной степени используют и текст, и фото, и видео, и аудио для максимально успешного информирования общества. [n8]

Исходя из интереса аудитории или из экономических и рекламных соображений, так называемые традиционные СМИ на протяжении последних десяти лет экспериментировали с разнообразным контентом: на сайтах печатных изданий появлялось все больше аудиовизуальных материалов, в концепции онлайн-версий ряда радиостанций и телеканалов добавилось полноценное текстовое наполнение, т.д. Особенно актуальным это оказалось для тех редакций, кто избрал в качестве онлайн-стратегии конвергентный принцип *с-first* [n6], сформулированный американским социологом Гарольдом Ласуэллом в его модели коммуникации и предполагающий комплиментарность онлайн- и офлайн-материалов.

Процесс конвергенции в медиа, гибридизация платформ и универсализация навыков профессионального журналиста привлекли интерес многих исследователей и медиа-аналитиков. Однако не так много работ посвящено другому виду гибридизации, а именно тому, как в онлайн-медиа сосуществуют и дополняют друг друга журналистские материалы и визуальные решения, дизайн. Между тем, дизайн стал, с одной стороны, способом унифицировать различные виды контента, утвердить стилистику и визуальный образ того или иного СМИ. А с другой стороны, он вошел в палитру изобразительно-выразительных средств для осуществления цели коммуникации [n4] - более полной и точной передачи смысла того или иного материала, представленного в рассматриваемом нами случае результатом журналистского труда.

«В виртуальном пространстве Интернета макет или журналистский материал могут занимать сколько угодно места, соответственно вопрос о компактном размещении материалов теряет смысл, (...) вместо этого усиливается важное эстетическое измерение» [n1, стр.50]. При этом семиотический ресурс, который мобилизует в своей работе журналист, представлен письменной и/или устной речью, изображением, видео. Дизайнер в свою очередь оперирует формой, цветом, размером, симметрией и др. Их значения не статичны, на их формирование способны оказать влияние социальные процессы, исторический фон и культурные тенденции. Глава лондонского Музея дизайна Деян Суджич утверждал, что дизайн - это «код, который необходимо изучать, чтобы иметь возможность понять современный мир (...) Это язык и проявление эмоциональных и культурных ценностей» [n2, стр.56]. В данной работе предлагается взглянуть на дизайн онлайн-версий ряда радиостанций как на модус, способствующий наиболее удачной реализации коммуникативной задачи СМИ, не отделять форму от контента, а попытаться взглянуть на них, как на равноправные части единой системы.

Помимо модели коммуникации Гарольда Ласуэлла, теоретической базой для данного исследования служат работы французского социолога и одного из основоположников акторно-сетевой теории Брюно Латура, автора исследований о влиянии роли диспозитивов Николя Додье, а также работы в области семиотики. Источниками эмпирического материала стали сайты нескольких российских и зарубежных радиостанций.

Источники и литература

- 1) Беляев, А.А. Вариативность дизайна главной страницы Интернет-СМИ (на примере сайтов периодических изданий), // Вестник Моск. ун-та, Сер. 10. Журналистика. 2012. No. 3. С. 49-60.
- 2) Суджич, Д.. Язык вещей, цит. по изд. StrelkaPress, Москва, 2013.
- 3) Dodier, N., Vambot, J.. La Force des Dispositifs, Paris, 2016.
- 4) Kress, G.; Van Leeuwen, T.. Reading Images: The Grammar of Visual Design, New York, 2006.
- 5) Lasswell, H. D. The Structure and Function of Communication in Society. In: Bryson, L. (ed.). The Communication of Ideas. New York: Institute for Religious and Social Studies, 1948.
- 6) Lasswell, H. D. The uses of content analysis data in studying social change. Social Science Information, 7, 57–70, 1968.
- 7) Latour, B., Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory. Oxford, 2005.
- 8) Online migration of newspapers. MIT Communications Forum. // URL: http://web.mit.edu/comm-forum/forums/online_newspapers.html