

# ВИЗУАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА В ОНЛАЙН-МЕДИА

## 7.1. ФОТОЖУРНАЛИСТИКА В ИНТЕРНЕТЕ

Последние несколько лет отмечены значительным расцветом визуальной журналистики. Технологии дали нам новые инструменты публикаций – стримы, лонгриды, интерактивные тесты, новые визуальные форматы в социальных сетях и др. Популярность различных видов визуального контента будет возрастать с каждым годом.

Под *визуализацией* мы будем понимать графическое отображение содержания материала, изложение события невербальными способами. Визуализация расширяет возможности журналистики, делает ее способной представлять аудитории значительные объемы контента, объяснять сложные данные быстро и наглядно.

Поговорим о некоторых особенностях фотожурналистики в интернете. В современных условиях благодаря цифровизации возможности фотожурналистики значительно расширились. Большинство фотографий мы делаем на смартфон, и чаще всего там же их и обрабатываем. Получили распространение новые форматы, например *селфи* – автопортрет, снятый на камеру смартфона на расстоянии вытянутой руки. Изображение на таком фото имеет характерный ракурс и композицию. Значительные изменения фотография претерпела и в интернет-СМИ. Сегодня веб-ресурсы имеют на главных страницах крупные мультимедийные блоки.

При компоновке визуальных элементов обычно выделяют главную фотографию, для которой определяют центральное место и которую затем размещают на главной странице сайта. Эта фотография может быть также продублирована в самом материале. Удобно, когда фотографии можно просмотреть параллельно с текстом, прокручивая ленту вниз.

В последнее время популярен также фотослайдер с возможностью горизонтальной прокрутки.

Популярный творческий прием – *чередование текста и фото*. Пользователи прекращают чтение и переходят на другой сайт, если видят перед собой длинный монотонный текст. Во многих интернет-СМИ каждые два-три абзаца текста чередуются с фото. Не нужно заставлять людей много читать. Повторим еще раз, что ставить фото (видео) и врезки в текст необходимо так, чтобы при скролле на каждом экране что-то «цепляло» глаз.

Интернет-пространство не ограничивает фоторепортера в количестве опубликованных снимков. Но все же существуют правила по числу публикуемых фотографий, которых редакторы интернет-СМИ должны придерживаться. В классическом понимании жанра, в среднем в фоторепортаж должно попасть около 12 фотографий. Этого вполне достаточно для того, чтобы цельно и емко передать историю. Такое количество фотографий, как 40 или 50, считается излишним, так как читатель устает от полученной информации. Таким образом, в материал должно попасть немногим больше 10 фотоснимков.

Портал Onliner.by в августе 2016 г. представил новый визуальный дизайн, а заодно и изменил способ подачи контента на сайте (рис. 4.1). Были внедрены новые технологические решения, в частности мультимедийные тексты с элементами лонгрида. В их основе – длинный текст и насыщенный визуальный ряд. Этот формат предполагает глубокое погружение читателя в тему. Фотографии на Onliner.by размещаются в разрешении 1400×934 px и 1100×733 px, что позволяет рассмотреть их в высоком качестве. Во всех материалах используется чередование текста и фото.

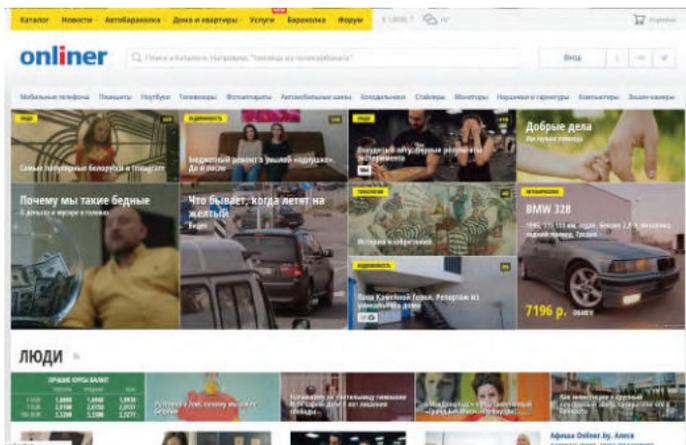


Рис. 1. Главная страница портала Onliner.by

Просмотреть фотослайдер из 3–8 фото теперь можно с помощью горизонтальной прокрутки, с экрана смартфона в том числе. В каждой публикации может быть несколько таких слайдеров. В тех материалах, где это уместно, используются фотографии «было/стало». Это позволяет соединить две картинки и с помощью ползунка превращать одно изображение в другое. Редакция Onliner.by практически не использует иллюстрации, взятые из открытых интернет-источников. На задание с журналистом выезжает фотограф. Каждый абзац в тексте короткий и емкий, не более 5–7 строк.

Довольно часто на Onliner.by можно встретить репортажи, содержащие 30–40 иллюстраций и даже больше. В этом плане мы согласны с белорусским исследователем фотожурналистики Виктором Шимолиным, полагающим, что фоторепортаж – жанр, дающий широкий простор для деятельности фотожурналиста, позволяющий реализовать смелые творческие фантазии. В самих заголовках часто используются слова «фоторепортаж», «фотофакт», «видеорепортаж», «+фото», «+видео». В этом контексте показательны примеры: *«Фоторепортаж: студенты князя справили новоселье в новом общежитии»*, *«Фотофакт: зал ожидания Минского железнодорожного вокзала после реконструкции»*. Вербальный и невербальный контент чередуются, поясняя и дополняя друг друга.

В интернете фотография начинает выполнять утилитарную роль: развлекать и информировать. Именно фоторепортажи, направленные на реализацию рекреативной функции, пользуются наибольшей популярностью. Заметим, что на Onliner.by есть негласное правило, в соответствии с которым в фоторепортажах рекомендуется использовать фото домашних животных (кошки, собаки и др.). Этот факт еще раз свидетельствует о том, что многие материалы Onliner.by в первую очередь выполняют развлекательную функцию.

Портал Tut.by практически полностью соблюдает ту самую «идеальную меру», когда речь идет о количестве фото в репортаже. Количество фотографий в одном материале в среднем составляет 15–20. Стоит отметить, что Tut.by предпочитает использовать изображения с чуть меньшим размером, нежели Onliner.by. Обычно это 720×480 px. Такие фото компактно смотрятся на веб-странице. При нажатии на фотографию всплывает дополнительное окно, в котором можно увидеть изображение в размере 1200×800 px.

Последние 5–7 лет продемонстрировали такую тенденцию, как использование профессиональными интернет-СМИ *контента, созданного пользователями*. Человек со смартфоном или планшетом, оказавшийся на месте события (преступления, ДТП, чрезвычайного происшествия и т. п.), с большой долей вероятности выигрывает у профессионального

журналиста в скорости, отправив в социальные сети фотоснимок. Проникновение любителей в пространство профессиональной журналистики дает повод говорить о кризисе профессии.

Приведем несколько примеров того, как новые медиа изменяют журналистику. В сентябре 2015 г. популярный российский медиапроект AdMe.ru опубликовал фотографию «Женщина просто наблюдает за приездом Папы Римского» (рис. 4.2). Из всей толпы, что встречала главу католической церкви, она была единственным человеком, который просто смотрел, а не снимал на смартфон. Это довольно редкое явление в наше время. На различных зрелищных мероприятиях аудитория, следуя современным привычкам и принципам, чаще всего пытается снимать видео и фотографировать все подряд вместо того, чтобы просто смотреть.

Классическим примером того, как аудитория использует смартфоны, может служить еще один известный случай. В январе 2009 г. в США в реку Гудзон рядом с Нью-Йорком упал самолет. Об этом стало мгновенно известно благодаря социальным медиа. Одним из очевидцев был Джанис Крумс, который оказался на пароме рядом. Через несколько минут после произошедшего он опубликовал в Twitter фото и следующее сообщение с места события: «В Гудзоне самолет. Я нахожусь на пароме, который собирается подбирать людей. Сумасшедший». Фотография была сделана с помощью встроенной в смартфон фотокамеры. Затем она оказалась на первых страницах газет и была показана в выпусках новостей.



Рис. 2. Женщина просто наблюдает за приездом Папы Римского. Источник: AdMe.ru

Продолжая разговор о контенте, создаваемом пользователями, отметим, что это явление актуально и для Беларуси. В качестве примера можно привести публикацию под названием «*В Минске экстремал убежал от милиции по крышам движущихся троллейбусов. Комментарий ГУВД*», которая была размещена несколько лет назад на портале Onliner.by. В этом материале журналист использовал скриншоты видео, снятого при помощи автомобильного регистратора. Для того чтобы сделать «картинку», редакции не пришлось отправлять своего фотокорреспондента на место события. При подготовке новости были использованы фото, которые разместили на форуме портала читатели.

Приведенные выше случаи подтверждают тезис о том, что каждый пользователь интернета теперь может являться журналистом. Таким образом, монополия традиционных СМИ на формирование информационной повестки дня утрачена. Журналист уже не будет на месте события первым. Социальные сети и блоги меняют модель потребления медиа. Скорость распространения контента в социальных медиа гораздо выше оперативности работы СМИ. В этих условиях как никогда важна необходимость отбора, фильтрации действительно качественного контента.

Потенциал визуализации как нового творческого метода веб-журналистики находит свое отражение не только в социальных сетях, но и в блогосфере. В российском сегменте интернета, например, популярен блог фотографа и журналиста *Ильи Варламова* varlamov.ru. Этот ресурс предлагает авторский взгляд на происходящие события. Контент сайта — всегда личный, всегда профессионально подготовленный. Его посещаемость постоянно растет и составляет более 2 млн уникальных пользователей в месяц. Это всего в 1,9 раза меньше, чем у сайта «Дождь» и в 2 раза меньше, чем у сайта «Ведомости».

Путешествия, репортажи с фото из горячих точек, городские и общественные пространства, общество и политика, мода и стиль, кулинария — основные темы блога Ильи Варламова. «Каждую неделю более 500 000 человек заходит в этот чудный блог, — пишет он. — Это самая прогрессивная, умная, активная и успешная аудитория в Рунете. Мои читатели — самое дорогое, что у меня есть. Для них я целыми днями путешествую по помойкам, готовлю отчеты из разных уголков мира, готовлю и бегаю на митингах. Только для них я стараюсь каждый день писать что-то новое, рассказывать про законы, города и самые отдаленные уголки планеты. Я рад, что аудитория ценит это».

С января по февраль 2014 г. Илья Варламов активно освещал события в центре Киева, Евромайдан и события на ул. Грушевского. Фоторепортажи «*Уличные бои в Киеве*» и «*Кровавый четверг на Майдане*» собрали миллионы просмотров. В последнее время основную тематику блога составляют путешествия. Несколько лет назад большой резонанс получили его публикации «*Плохой Минск*» и «*Хороший Минск*». Популярные

блоги, отражающие авторский взгляд фотографов на происходящие события, есть и в Беларуси.

Таким образом, фотожурналистика в интернете развилась в самостоятельную профессию и сформировала собственную систему жанров и форматов. Главной задачей жанров информационной фотожурналистики является оперативное информирование с помощью визуальных средств. Самым распространенным типом фотографий в интернет-СМИ можно назвать статичную иллюстрацию. Одно из ведущих мест на сайтах популярных онлайн-медиа занимает фоторепортаж. Перспективы его развития довольно велики. К новым жанрам фотожурналистики в интернете относятся фотолента, фотогалерея и слайд-шоу. В интернет-среде фотография приобрела еще более привлекательный внешний вид, чем на страницах печатных медиа.