Анастасия Андреевна Максим

Санкт-Петербургский государственный университет

aa.maksim@inbox.ru

**Визуальные практики в работе тележурналистов информационных редакций (на примере освещения лесных пожаров в Сибири)**

Рассматриваются особенности работы тележурналистов с визуальным рядом репортажей в рамках темы природных катаклизмов. Материал исследования строится на сюжетах, посвященным пожарам в Сибири летом 2019 года. На основе анализа был сделан вывод о том, что темы природных катастроф приобретают визуальную привлекательность на телеэкране.

Ключевые слова:журналистика, СМИ, телевидение, видеоблогинг, социальная проблематика.

Современная новостная журналистика выстраивает динамику выпусков преимущественно за счет темы происшествий. Аварии на транспорте, природные катаклизмы, иные чрезвычайные ситуации ожидаемо занимают первые строчки верстки. Одна из резонансных тем лета 2019-го года – лесные пожары в Сибири. При анализе репортажей, посвященных этой проблеме, можно отметить, что одна из особенностей материалов – это их визуальная привлекательность. Зритель видит мощь природного явления, ясно прочитывается патетика героической борьбы людей со стихией. Оценить, насколько справедливо данное впечатление, можно с помощью эстетических критериев, обусловленных профессиональными координатами журналистики [1].

В период за весну-лето 2019 года по поисковому запросу «лесные пожары» было найдено на сайтах телекомпаний первого мультиплекса около 700 информационных сообщений. Однако наиболее интересным для изучения стал период с 30 июля по 11 августа 2019 года. За это время вышли 34 репортажа в выпусках новостей телеканалов холдинга ВГТРК («Россия 1» и «Россия 24») и «Первого канала». Выбор времени исследования связан с рядом событий, которые способствовали более пристальному вниманию общественности к теме: отказ Нижней палаты парламента принять поручение о введении ЧС, заявление губернатора Красноярского края Александра Усса о бессмысленности тушения пожаров и визит премьер-министра Дмитрия Медведева в Красноярск.

Визуальная привлекательность материалов достигалась, в первую очередь, за счет отбора выразительных средств и способов съемки. В репортажах активно использовались съемки с воздуха как собственных телекомпаний, так и ведомств, которые участвовали в тушении пожаров. Такие кадры хорошо передают масштаб и значимость проблемы и показывают красоту природы. В наземных съемках корреспонденты демонстрировали работу пожарного десанта и делали упор на крупные планы: языки пламени, обгоревшие вековые деревья, уставшие лица людей. Съемка зачастую велась не только оператором, но и самим корреспондентом на мобильную камеру, при этом журналисты в режиме реального времени описывали свои впечатления и эмоции. Этот приём, с одной стороны, имитирует стиль видеоблогов и делает сюжет более достоверным для аудитории, с другой – такое видео гармоничнее смотрится в сюжете, чем кадры пользователей Youtube, так как снято более композиционно грамотно и монтажно. Видеоряд репортажей хорошо работает в комплексе с текстом: патетика направляет аудиторию к теме войны, о чем говорят такие выражения, как «огненный фронт», «пожарные ведут войну», «линия фронта», «репортаж с передовой», «Остановить огонь! Спасение тайги», «борьба с огнем». Кадры подкрепляют эту смысловую нагрузку: во-первых, большим количеством военной техники и людей в форме, так как военных направили в помощь пожарным; во-вторых, мы видим тяжёлую работу пожарных десантников непосредственно в лесу и можем ассоциативно связывать их с образами солдат [2]. Противоположный пример показывают видеосъемки различных пользователей на популярных интернет-платформах, например, Youtube, Instagram. Для этих материалов зачастую характерно низкое качество съемки (тряска, съемка с телефона в вертикальном режиме, панорамы, частая трансфокация). Многие блогеры сознательно снимали и использовали кадры, демонстрирующие отталкивающие стороны проблемы лесных пожаров (погибшие животные, паника людей, обгоревший лес). Такой выбор видеоряда подчеркивал эмоциональность выступлений и оппозиционность официальной точке зрения.

Визуальная привлекательность телематериалов обусловлена как редакционной политикой, так и сложившейся традицией подготовки репортажей, когда участники съемочного процесса имеют специальные навыки работы с видеоматериалом, представление о композиции кадра, гармоничности монтажа, драматургии и режиссуре репортажа.

Литература

1. Бережная М.А. Эстетическая оценка в профессиональных координатах журналистики // Вопросы журналистики. 2019. № 5. С.47–61.

2. Шестерина А. М. Архетипические конфликты в структуре современного видеоблогинга // Цифровизация коммуникативно-культурной памяти: роль журналистики как социального института: сб. м-лов Всероссийской науч.-практич. конф. Ч.1. Екатеринбург. 2019. С. 142–145.

3. Эстетика журналистики / под ред. М. А. Бережной. СПб, 2018.