Сергей Николаевич Ущиповский

Санкт-Петербургский государственный университет

s.uschipovsky@spbu.ru

**Российская историческая журналистика в «эпоху мультимедиа»: новые форматы и информационные технологии**

На рубеже ХХ–XXI вв. в России ярко проявился «плюрализм мнений» в историческом дискурсе. В этот же период произошла и техническая коммуникационная или «цифровая» революция в подаче и распространении информации. Оба фактора повлияли на стремительное развитие новых информационных форматов в научно-популярной исторической журналистике

Ключевые слова:историческая журналистика, новые медиа, подкастинг, digital-проекты, социальные сети.

Сегодня всё больше исторических журналистских проектов реализуются в новых медийных форматах и технологиях, связанных с интернетом. Здесь выделяются три инновационные категории: исторические видеоблоги, подкасты и исторические каналы (digital-проекты) в социальных сетях – у каждой из которых существуют выигрышные способы подачи информации, которые выгодно отличают их от традиционных СМИ.

Видеоблоги как канал подачи информации стали одной из значимых частей современного исторического дискурса в интернете с начала 2000-х гг. В период ускорения коммуникационных процессов, многие «информационно искушённые» пользователи склонны к восприятию именно альтернативных (отличных от официальной трактовки), новых взглядов на определённые этапы истории, которые вбирают в себя анализ и изложение большого количества информации в сжатых временных рамках.

Сегодня в интернет-пространстве – десятки исторических видеоблогов различных историко-идеологических ориентаций: Arzamas, «Факультет истории» В. Мединского, «Эдвард Радзинский», «Лекторий Достоевский», «TacticMedia. Архивная революция» и мн. др.

Подкасты как единица медиасреды получили активное распространение в этот же период благодаря новым интернет-технологиям автоматического распространения контента на стриминговые площадки. Определения понятия «подкастинг» подчёркивают отличия от классического радио: цифровая запись радиопередачи, серия эпизодических программ и средство публикации аудио- и видеофайлов, а также процесс создания и публикация звуковых передач [3]. Здесь самая выгодная особенность подачи аудиоинформации – большая вариативность в восприятии: активное прослушивание, фоновое, возобновляемое. Исторический медиадискурс в сфере подкастинга – это один из способов медиатизации истории. Сейчас, например, сервис «Яндекс.музыка» насчитывает десятки популярных подкастов. В одних наибольший упор делается на научную достоверность и проработанность («История за пределами учебников с В. Мединским», «Виват история», «Пролеткульт», «Лекции Arzamas»), в других («Закат империи», «Короче, история», «При царе Горохе») доминируют нарратив, рассказ необычных историй, акцент на эмоциональность и желание привлечь слушателя необычным контентом.

С 2010-х гг. социальные сети с многомиллионной аудиторией (в основном, ВКонтакте и Телеграм), стали перспективной площадкой для digital-проектов – авторских реконструкций исторических событий. Так, ни одно из классических СМИ не обладает тем набором инструментов, которые есть у этих новых медиа. Прежде всего это гипертекстуальность и интерактивность материалов интернет-СМИ. Среди плюсов исследователи выделяют и сегментирование аудитории по интересам, и возможность обратной связи с помощью комментариев и реакций под постами [1].

Здесь именно интерактивная «историческая реконструкция» конкретных событий стала самым востребованным форматом для популяризации истории. На нём в последние годы специализировался целый ряд популярных проектов. Например, уже завершённые проекты «1968.Digital», «1917. Свободная история», продолжающиеся проекты телеграмм-каналов «Арзамас», «Минута в минуту», мультимедийного альманаха по истории культуры Artifex и мн. др.

В основе любой реконструкции лежит ключевое историческое событие. За основу берется «рассказ истории» – нарратив, который обрастает деталями. Для этого используется не только текст, но и иллюстрации, инфографика, документальные видеозаписи, аудиозаписи голосов, музыка и др. [2]. Задача медиа при создании реконструкций – показать большую историю в совокупности этих фрагментов, так называемых «мультимедийных кадров» [4].

Тенденции перехода читателей, зрителей, слушателей на площадки «новых медиа» – это не чей-то добрый или злой умысел. Это объективные реалии технического прогресса и адаптации потребителей информации к наиболее оптимальным и эффективным её носителям. Исторические проекты в этой медиасфере – одна из наилучших иллюстраций этого процесса.

Литература

1. Богданова А. А., Петрова Л. И. Современное медиапространство: виртуальная коммуникация интернет-СМИ и пользователя // Труды Белорусского гос. техн. ун-та. Серия 4: Принт- и медиатехнологии. 2018. № 1 (207). С. 37–41.

2. Распопова C. C., Саблина Т. А. Подкастинг. М., 2018.

3. Милюков А. Н. Использование исторической реконструкции как наглядного метода изучения истории // Педагогика: традиции и инновации: Челябинск, 2011. С. 139–140. URL: <https://moluch.ru/conf/ped/archive/19/1012/>. (дата обращения: 10.02.2024).

4. Силантьева О. Режиссура мультимедийной истории. URL: <https://bstudy.net/904767/smi/oksana_silanteva_rezhissura_multimediynoy_istorii>. (дата обращения: 10.02.2024).