

## СОЦИАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМАТИКА В МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ТЕКСТАХ ТАСС

Коноплянкина А.П.

Пензенский государственный университет

[konoplyashka174@gmail.com](mailto:konoplyashka174@gmail.com)

Информационное агентство ТАСС можно назвать ведущим информационным агентством России. Недавно СМИ отметило 115-летний юбилей. За свою длительную историю корреспонденты информационного агентства написали тысячи материалов на темы политики, культуры, экономики, науки, спорта и, конечно же, на социальную тематику. Сейчас она в большинстве своем представлена рубрикой «общество» в поисковом разделе сайта [tass.ru](http://tass.ru) и обозревает различные сферы жизни социума, создавая не только информационные, но и аналитические материалы.

Формально к социальной проблематике в журналистике относят здравоохранение, образование, культуру, социальное обеспечение, жилищно-коммунальное хозяйство и другие сферы жизни. Одна из принципиальных задач социальной журналистики, как отмечает исследователь Т. И. Фролова, – «осваивать новые жизненные реалии, помогать жить в меняющемся мире и ориентироваться в нем, стимулировать творческую жизненную активность и в особенности индивидуальную инициативу, способствовать пониманию происходящих в обществе изменений, объяснять суть перемен, смягчать последствия радикальной трансформации, внедрять новые формы социальной практики» [8: 154].

На социальное самочувствие общества может оказать влияние событие, которое по формальным признакам относится к теме политики или экономики. То есть эта специализация охватывает всю сферу социального, которое понимается как «способ совместной деятельности или способ организации человеческих отношений, для обозначения совокупности отношений между людьми» [6: 22]. В этом контексте наиболее широкое определение социальной журналистике дает М. А. Бережная: «... это все публикации социальной тематики, которые создают определенный информационный фон, способствующий улучшению социальной ситуации или усугубляющий ее» [3: 8-9].

За свою историю ТАСС не раз служил образцом технического прогресса в журналистике. Сегодня использование современного оборудования позволяет информационному агентству ТАСС не только оперативно публиковать социально значимую информацию на ленте новостей, но и создавать масштабные и эксклюзивные мультимедийные проекты, фокусирующие внимание читателя и на текстовой информации, и на аудиовизуальном контенте, который сопровождает основной материал.

Исследователи М. Н. Белоусова и А. Н. Ширококов отмечают: «Сегодня многие СМИ перестали быть просто газетами, телеканалами, радиостанциями и Интернет-порталами, а являются интегрированными редакциями, производственный процесс которых реализуется сразу на нескольких платформах и включает работу с видео, аудио, фото, текстом, графикой» [2: 30]. М. М. Лукина пишет, что газеты отошли от мономедийности, когда «помимо вербального текста стали публиковать сначала рисунки, а затем и фотоиллюстрации» [5: 67]. Радио с самого начала использовало две знаковые системы для передачи информации: вербальную и звуковую. В телевещании добавился еще и видеоряд. Фактически телевидение уже можно назвать таким каналом массовой информации, в котором осуществляется передача на большие расстояния вербальных текстов, звука и видеоряда, фотографических изображений – как статических, так и анимированных. Однако в отличие от Интернета, телевизионную мультимедийность можно назвать линейной [4: 84]: все знаковые формы используются в одном временном диапазоне.

Мультимедийный контент ТАСС весьма активно взаимодействует с социальной тематикой и представляет собой коллаборацию фото- и видеоматериала с основным объемом текстовой информации.

Весьма ярко данное явление представлено в специальных проектах ТАСС, которые используют мультимедийность контента для привлечения внимания читателя и для более детального представления презентуемой информации. Среди таких проектов стоит выделить «Кто ищет. Истории пяти волонтеров поисково-спасательного отряда «ЛизаАлерт» [1]. Спецпроект представляет собой сгруппированный в одной публикации мультимедийный текст, где присутствует несколько гиперссылок, оформленных особым графическим и тематическим образом.

Специфика медиапроекта заключается не только в подборе фотоматериала, но и в выделении основных аспектов деятельности и результатов работы организации «ЛизаАлерт». Так, основным фоновым изображением стал фрагмент тематического видео, на котором представлен ход проведения поисково-спасательной операции, снятый на камеру ночного наблюдения. Оранжевая тема, использованная на сайте и встречающаяся в отдельно взятых элементах (в цветовой палитре видео, в цвете гарнитур и т.д.), не только привлекает внимание читателей, но и повторяет тему логотипа «Лизы Алерт» и делает отсылку на оранжевые цвета униформы поисково-спасательных отрядов. Таким образом, при создании спецпроекта авторы ориентируются на необходимость создания качественного публицистического материала и на его грамотную визуальную презентацию.

Помимо изучения интеграции видео в мультимедийный социальный контент, стоит обратить внимание и на сопровождение его текстовых материалов фотографиями. К примеру, все истории поисковиков-спасателей сопровождаются фотоматериалами, подготовленными специально для проекта ТАСС. Общее оформление страниц напоминает тему к шпионским фильмам, а карточки с блиц-портретами членов спасательной группы – досье на спецагентов. Данный дизайн выбран не случайно, т.к. задачей авторов было показать значимость работы каждого члена команды «Лиза Алерт», даже если зачастую их деятельность остается за кадром.

Как пример работы журналистов информационного агентства с социальной тематикой стоит выделить спецпроект о семьях, посвятивших себя атомному машиностроению – «Машиностроительные династии» [7]. Мультимедийность определяет видео- и фотосопровождение текстового контента.

«Машиностроительные династии» – это фотопроект ТАСС и компании АО «Атомэнергомаш», где рассказано семь историй из жизни людей, обеспечивающих развитие атомной промышленности в России. Основной акцент авторы сделали на значимости именно человеческого вклада в разработку и реализацию проектов одной из главных отраслей производства страны. Не случайно открывающей стала метафоричная фраза «Ядром атомного прогресса по-прежнему остаются люди», и крупные фотографии, сопровождающие текст, еще раз напоминают читателям об этом. Фоновой темой проекта стали вращающиеся на сером фоне контуры шестеренок, ассоциативно связывающие публикацию с темой промышленности. О мультимедийности проекта говорит и команда разработчиков «Машиностроительных династий»: помимо пишущего журналиста в создании платформы принимали участие арт-директор, фотограф, видеограф и другие.

Центральными героями публикаций на социальную тематику весьма часто становятся люди с их личными историями, рассказами о жизни, семье, профессиональных компетенциях. Однако часто журналисту, чтобы поделиться с читателями историей героя публикации, достаточно предоставить только фотографии с короткой подписью под ними. Такой формат спецпроекта был реализован ТАСС во время первой волны пандемии коронавируса. В. Шарифулин создал фотопроект «У героев есть имена. Фото медиков, лечащих пациентов с коронавирусом» [9] без пафосных слов и высокопарных выражений, демонстрирующий мужество медицинских работников и те жертвы, на которые им пришлось пойти ради спасения жизни людей. Кадры визуализируют не только моральную усталость врачей, но и физические повреждения, полученные ими в результате длительного ношения средств индивидуальной защиты. Фотографии изувеченных лиц

молодых девушек, вынужденных скрывать свою боль, говорят о трудностях и лишениях не хуже материалов в жанре «интервью» или «очерк». Следовательно, понятие мультимедийности в рамках публикаций ТАСС предполагает сочетание любых видов контента вне зависимости от того, какой из них превалирует: фото, видео, тест или др.

Помимо спецпроектов, информационное агентство весьма активно практикует фото- и видеоинтеграцию во многих публикациях социальной тематики. В большинстве случаев такой формат мультимедийности представлен фотографиями, сопровождающими текст и визуализирующими его опорную идею. Сам сайт уже представляет собой коллаборацию всех средств передачи информации, т.к. интернет-платформа позволяет не ограничиваться ни в объеме публикуемого материала, ни в методах его оформления.

### Список литературы

1. *Безвиконная К., Фехретдинов Т.* Кто ищет. Истории пяти волонтеров поисково-спасательного отряда «Лиза Алерт. URL: <https://liza-alert.tass.ru/> (дата обращения: 01.11.2020).
2. *Белоусова М.Н., Широбоков А.Н.* Создание мультимедийного контента – особый вид деятельности журналиста // Вестник Челябинского государственного университета. 2012. №6 (260). С. 30-33.
3. *Бережная М. А.* Социальная тележурналистика: учебно-методич. пособие. СПб.: Роза мира, 2005.
4. Интернет-СМИ: теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. М. М. Лукиной. М.: Аспект Пресс, 2010.
5. *Лукина М. М.* Трансформации журналистского текста в условиях интернет-среды // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. 2009. №3. С. 54-73.
6. *Малугина В. Ю.* Партнерство прессы с социально-политическими институтами как проявление социальности прессы: дис. канд. полит. наук. СПб., СПбГУ, 2006.
7. *Сорока Е., Маркелов П., Глазова М.* Машиностроительные династии. URL: <https://aem-dynasties.spec.tass.ru/> (дата обращения: 01.11.2020).
8. *Фролова Т.И.* Предметно-функциональные особенности социальной журналистики // Известия Байкальского государственного университета. 2014. № 2. С. 150-156.
9. *Шарифулин В.* У героев есть имена. Фото медиков, лечащих пациентов с коронавирусом URL: [https://tass.ru/spec/coronavirus\\_doctors](https://tass.ru/spec/coronavirus_doctors) (дата обращения: 02.11.2020).