

И. С. Пешнина, Д. Р. Фазлитдинова, Н. Н. Шлемова
I. Peshnina, D. Fazlitdinova, N. Shlemova
г. Челябинск, ЮУрГУ
Chelyabinsk, SUSU

**ИНТЕРВЬЮ О ГОРОДЕ В ФОРМАТЕ МУЛЬТИМЕДИЙНОГО
ЛОНГРИДА: ОПЫТ ПРОЕКТНОЙ РАБОТЫ**
**INTERVIEW ABOUT THE CITY IN THE MULTIMEDIA LONGRID
FORMAT: PROJECT WORK EXPERIENCE**

Аннотация: В статье изучаются особенности жанра тематического интервью и специфика мультимедийного лонгрида, демонстрируется опыт создания интервью о городе с использованием цифровых инструментов, позволяющих репрезентировать городской текст в востребованных форматах. В статье отражается результат проектной работы, связанной с проведением интервью с региональными деятелями искусства и созданием на его основе лонгрида, в котором совмещение текста, аудио, видео и графики формирует иммерсивное и эмоционально насыщенное повествование.

Ключевые слова: интервью о городе; мультимедийный лонгрид; городской текст; цифровые медиа; иммерсивное повествование.

Abstract: The article studies the features of the thematic interview genre and the specifics of the multimedia longread, and demonstrates the experience of creating an interview about a city using digital tools that allow for the representation of urban text in popular formats. The article reflects the results of a project that involved conducting interviews with regional artists and creating a longread based on them, where the combination of text, audio, video, and graphics creates an immersive and emotionally charged narrative.

Keywords: interviews about the city; multimedia longread; urban text; digital media; immersive storytelling.

В условиях развития цифровых технологий формируется благоприятная среда для популяризации регионального искусства. Челябинск часто воспринимается через призму промышленного развития, при этом его богатый культурный потенциал остается недостаточно известным обществу. Незаинтересованность людей в региональном искусстве, выражающаяся в ограниченном финансировании, недостаточном медийном освещении и низком уровне вовлеченности населения в культурную жизнь, является актуальной проблемой, требующей исследования и поиска эффективных решений. Данная работа связана с установлением контактов с деятелями искусства и созданием мультимедийного лонгрида, который поможет представить «лицо города» в востребованном формате.

Тема «Интервью о городе в формате мультимедийного лонгрида: опыт проектной работы» выбрана в связи с необходимостью изучения альтернативных подходов к представлению региональной идентичности. Обращение к восприятию города художниками как непосредственными участниками и интерпретаторами его культурного ландшафта позволяет выйти за рамки стандартных описаний и получить уникальное, эмоционально насыщенное видение Челябинска.

В данном исследовании были использованы разные методы сбора и анализа данных: анкетирование деятелей искусства и интервью. Интервьюирование проводилось с художниками, а анкетирование охватывало более широкий круг деятелей искусства. Практическая часть включала создание двух лонгридов о городе, образ которого раскрывается в интервью и творчестве художницы Натальи Булаевой и о Челябинске в целом, представления о котором существуют в сознании и воображении творческих личностей.

Целью нашего проекта было создание мультимедийного лонгрида на основе интервью о городе с региональными деятелями искусства.

Для достижения цели требовалось выполнить следующие задачи:

- 1) обобщить и систематизировать имеющийся научный опыт по данной теме;
- 2) изучить существующие аналоги, определить референсы;
- 3) изучить жанровые особенности тематического интервью, разработать систему вопросов, организовать процесс интервьюирования;
- 4) разработать концепцию мультимедийного лонгрида, создать уникальный контент.

Актуальность работы связана с необходимостью решения таких проблем, как:

- 1) негативное стереотипное восприятие Челябинска как промышленного, экологически неблагополучного, провинциального города;
- 2) незнание широкой аудитории деятелей современного регионального искусства;
- 3) низкая степень вовлеченности современного общества, в том числе молодежи, в сферу искусства.

Теоретики и практики современной отечественной журналистики по-разному трактуют понятие «интервью», определяя его как метод профессиональной деятельности, как способ организации единицы эфирного вещания, как жанр печатных и электронных СМИ [3, с. 6].

В теории журналистики понятие «интервью» принято рассматривать в двух категориях: как метод сбора информации и как жанр журналистского творчества. В первом случае интервью представляет собой инструмент сбора сведений при помощи вопросно-ответной формы. Во втором – тип журналистского произведения с устоявшимися признаками и структурой. Несмотря на то что в обоих вариантах интервью характеризуется как межличностный устный обмен информацией с целью возникновения оригинальных сведений, удовлетворяющих потребность общества в информации, между учеными ведется дискуссия о жанровой классификации интервью [9, с. 47–53].

Интервью-портрет как один из видов классического интервью имеет свою специфику. Герой интервью-портрета – человек, который известен широкой публике как выдающаяся личность, проявившая себя в какой-либо сфере общественной жизни. Часто такими героями становятся, как в анализируемом тексте, деятели искусства: «...они интересны и сами по себе как личности, и как выразители общественных настроений, которые первыми понимают происходящее и могут передать это понимание другим» [5, с. 70].

Классическое портретное интервью отличается от других видов интервью относительно свободной композицией. Как отмечает М. М. Лукина, для него характерно «развитие беседы в интуитивно-импровизационном ключе» [8, с. 53]. Невозможно не согласиться с А. В. Колесниченко в том, что «в разговоре могут быть затронуты любые факты и сферы жизни», «не важно, о чем конкретно пойдет речь, потому что цель журналиста – не добыть какую-то конкретную информацию, а преодолеть «фасад» личности, показать, что представляет собой этот человек на самом деле» [5, с. 54].

Выбор типа и вида интервью напрямую зависит от целей исследования, доступных ресурсов и характеристик целевой аудитории. Существуют разные систематизации интервью, но более подробно мы рассмотрим обобщение подходов Е. П. Прохорова, В. М. Горохова Я. Н. Засурского и М. В. Кузнецова, представленное Н. В. Кодола в работе «Интервью: Методика обучения. Практические советы» [4, с. 29–32]. В данной систематизации интервью делится по следующим критериям:

- 1) по характеру СМИ (интервью для печати, радиоинтервью, телеинтервью, интервью для интернет-изданий);
- 2) по характеру общения (лицом к лицу, по телефону, через интернет);
- 3) по форме организации (пресс-конференция, выход к прессе, «круглый стол», при помощи служб интернета, ток-шоу, беседа);
- 4) по форме коммуникативной задачи (интервью-монолог, информационный опрос, аналитический опрос, блиц-интервью, интервью-зарисовка, интервью-анкета);
- 5) по характеру обсуждаемого вопроса (информационное интервью, аналитическое интервью, протокольное интервью, интервью-расследование, портретное интервью, сатирическое интервью, юмористическое интервью).

Согласно классификации А. В. Колесниченко, интервью в зависимости от обсуждаемой темы бывают трех видов – предметное, личностное и предметно-личностное [6, с. 3–20].

М. М. Лукина, Г. С. Мельник, М. И. Шостак, С. А. Муратов в зависимости от целей и характера беседы выделяют виды интервью как методы получения сведений:

- информационное / информативное интервью, его цель: «познакомить читателей (слушателей, зрителей) с какими-то новыми явлениями, процессами, интересными людьми» [8];
- интервью-расследование – проводится с целью глубокого изучения какого-либо события или проблемы;

– интервью-знакомство, или персональное интервью – интервью, сфокусированное на одном герое. Они делятся на портретные, разоблачающие, «звездные», экспертные и проблемные.

Тематическое интервью – это интервью, содержащее информацию по какой-либо теме [1]. Такое интервью посвящено одному аспекту, которому интервьюер уделяет особое внимание. Вопросы для такого вида интервью строятся вокруг определенной темы так, чтобы раскрыть ее в полном объеме.

Главный критерий тематического интервью – это раскрытие темы и, соответственно, глубина проникновения в проблематику. Отбор респондентов для тематического интервью крайне важен. Они должны обладать необходимым опытом и знаниями по выбранной теме. Важно получить разнообразные точки зрения. Оценивается компетентность не только собеседника, который должен являться экспертом в соответствующей области, но и степень подготовленности журналиста, который должен знать заранее, какие вопросы следует задать интервьюируемому в выбранной сфере.

По структуре тематическое интервью состоит из трех частей. Вначале показывают связь собеседника с темой, затем идет разбор предмета с целью его представления, прояснения и оценки. Завершается интервью упорядочением сказанного, подведением итогов [2].

В условиях цифровизации необходим такой формат, который позволит сделать информацию доступной и презентабельной. Таким требованиям отвечает мультимедийный лонгрид.

Он определяется как полижанровый формат с доминирующей текстовой основой значительного объема и разнообразными мультимедийными элементами, которые не являются избыточными по отношению к информации, передаваемой в текстовом виде [6]. Отечественные исследователи Д. Кульчицкая и А. Галустьян определяют лонгрид как «журналистское произведение, в основу которого заложен длинный текст и насыщенный аудиовизуальный ряд. Формат предполагает глубокое погружение читателя в тему, а также серьезную проработку журналистом большого количества источников по предмету исследования» [7, с. 4].

Для мультимедийного лонгрида характерно глубокое погружение в тему, использование большого количества источников информации и деление материала на основной и справочный. Этот формат рассматривается как стык крупных журнальных жанров печатной прессы и документального кино [7, с. 8–10]. Мультимедийный лонгрид также рассматривается как «паллиатив между лаконизмом и клиповостью сетевых СМИ и потребностью аудитории в погружении в тему, анализе и авторской интерпретации» [7, с. 20–21]. При этом мультимедийный лонгрид отграничивается от мультимедийной истории. В мультимедийном лонгриде доминирует текст, он выстроен линейно и предусматривает последовательное погружение в материал. В мультимедийной же истории (другое название формата – веб-док) доминируют мультимедиа, а композиция нелинейная и допускает произвольный порядок просмотра, так как каждый элемент одновременно является и частью общей истории, и законченным фрагментом [11]. За рубежом мультимедийные лонгриды рассматривают как «реинкар-

нацию популярной в доцифровую эпоху “литературной журналистики”, когда материалы, как правило, представляли собой повествование со всеми свойственными ему характеристиками (подача от сцены к сцене, диалоги и характерные детали, развитие сюжета по законам драмы), расширенное и дополненное мультимедийными элементами, среди которых доминируют видео, анимация и аудио» [10]. Согласно еще одному подходу литературная и расследовательская журналистика, воплощенная, в том числе, и в мультимедийных лонгридах, становится основной альтернативой господствующей в интернет-среде новостной журналистике [6].

Интервью о городе в рамках создаваемого проекта было проведено в формате беседы с художницей Натальей Булаевой. Оно позволило раскрыть характер собеседника и его внутренний мир. Для лонгрида «Челябинск в чувствах» проводилось анкетирование региональных деятелей искусства. Интервью-анкета позволяет получить краткие ответы на заранее подготовленные вопросы.

Материалом для работы послужили интервью с героем одного из лонгридов, опросы деятелей искусства области, краеведческая литература, а также произведения творцов.

Первый лонгрид «*Путь в сказочный город*» посвящен творчеству Натальи Булаевой, художницы, работающей в т. н. наивном стиле, некоторые из работ которой посвящены Челябинску. Он выстроен в формате прогулки по выбранному ею маршруту и поделен на блоки, раскрывающие особенности каждой точки данного маршрута. Чтобы передать контраст между обыденным восприятием города и взглядом на него художницы, в него добавлен второй герой, который следует за Натальей Булаевой по ее пути, изначально не видя в нем ничего необычного. Например, одна из точек маршрута – камерный театр – описана, с одной стороны, через визуальное восприятие обыденного сознания, которое передается посредством фото. Это взгляд на город обычного человека: то, как видит его большинство жителей и гостей. А с другой стороны, показано видение этого места Натальи Булаевой, выраженное в ее картине. Можно заметить зимние мотивы, характерные для города Булаевой, в которых будет оформлен и фон лонгрида, а также преобладание синего и светло-серебристого цветов, которые, по словам художницы, ассоциируются у нее с Челябинском. Такое сравнение позволяет не только подчеркнуть особенности нарратива города выбранного деятеля искусства, но и выразить идею лонгрида: Челябинск может быть не только непримечательным промышленным городом, но и «сказочным» – нужно лишь взглянуть на него под другим углом.

Лонгрид построен по принципу кольцевой композиции: путь, начинающийся у здания теплотехнического института, заканчивается там же, но восприятие этого места к концу пути преобразуется, что будет отображено с помощью мультимедийных возможностей данного формата. Таким образом подчеркивается цель лонгрида: популяризация регионального искусства и попытка поменять представление о Челябинске, показав его глазами творческого человека.

Лонгрид «Челябинск в чувствах» покажет взгляд на город через призму деятелей искусства – художников, писателей, поэтов, фотографов. Он позволит по-новому взглянуть на город, представит его цветовую и звуковую палитру,

а также места, вдохновляющие на творчество. Лонгрид имеет блоки по ассоциациям с городом по звуку, цвету, материалу, а также со словами, ассоциирующимися с городом и местами, вдохновляющими на искусство.

Блок «Голос Челябинска» представлен видеорядом, в котором автомобильный шум и музыка уличных музыкантов сменяются на пение птиц из парка. Видео включает цитаты творцов, описывающие, как для них звучит город. Отрывки были сняты в центре Челябинска в узнаваемых местах.

Блок «Городская палитра» представляет фотографии, в которых используются определенные цвета, характеризующие Челябинск. В качестве референса для этого блока использовалась работа Нурии Диас «Уэс Андерсон. Биография в комиксах». Изображения сопровождаются цитатами деятелей искусства о причине выбора цвета.

Блок «Челябинск на ощупь» представляет собой фотографии материалов, с которыми ассоциируется Челябинск у творцов. На фоне структуры выбранного материала расположены цитаты художников о причине их выбора.

Блок «Словарик ассоциаций» представлен словами, ассоциирующимися с городом, со значениями, которые выделили деятели искусства. Графически блок оформлен в виде раскрытой книги, которая написана шрифтом в старославянском стиле.

Блок «Места вдохновения» представлен в виде графической карты, которая позволит увидеть город глазами творческих людей. Карта маршрута создана с указанием ключевых точек. Сами места изображены в графическом стиле, но они остаются узнаваемыми. При клике на них высвечивается краткое описание каждого места с цитатами художников о том, что именно их привлекает в этих локациях.

Цель лонгрида заключается не в том, чтобы указать читателю прямой маршрут, а в том, чтобы дать свободу и выбор того, в каком порядке изучать город.

Каждый этап проекта требовал тщательного планирования, координации действий и контроля качества. Командная работа и творческий подход позволили создать уникальный лонгрид, отражающий многогранный и эмоциональный мир Челябинска.

Таким образом, Челябинск предстает не просто промышленным центром, но местом, полным вдохновения и творческой энергии. Лонгриды позволяют читателям по-новому взглянуть на Челябинск и открыть для себя его скрытую красоту.

Работа имеет культурно-просветительский характер и направлена на привлечение внимания к региональному искусству и к городу. Гибридный формат позволяет привлечь внимание с помощью доступной мультимедийной формы и установить связь между творческой личностью и городом, его жителями и гостями.

Ссылка на лонгрид «Путь в сказочный город»: <http://digitalguide74.tilda.ws/>.
Ссылка на лонгрид «Челябинск в чувствах»: <https://digitalguide74.tilda.ws/pagechelyabinckwchuwstwah>.

Библиографический список

1. Беседина, Л. А. Особенности создания тематического интервью / Л. А. Беседина, Л. Н. Дьякова // Вестник науки. – 2023. – № 6. – С. 777–779.
2. Горшкова, Л. А. Жанры журналистики : учебное пособие / Л. А. Горшкова. – Самара : Самарский университет, 2023. – 80 с.
3. Ильченко, С. Н. Интервью в журналистике: как это делается : учебное пособие / С. Н. Ильченко. – СПб. : С.-Петерб. гос. ен-т, 2016. – 236 с.
4. Кодола, Н. В. Интервью: методика обучения. Практические советы : учебное пособие для студентов / Н. В. Кодола. – 2-е изд., доп. – М. : Аспект Пресс, 2011. – С. 29–32.
5. Колесниченко, А. В. Практическая журналистика : учебное пособие / А. В. Колесниченко. – М., 2008. – 112 с.
6. Колесниченко, А. В. Типология мультимедийных лонгридов / А. В. Колесниченко // Вестник Московского университета. Журналистика. – 2022. – №4. – С. 3–20.
7. Кульчицкая, Д. Ю. Лонгриды в онлайн СМИ: особенности и технология создания / Д. Ю. Кульчицкая, А. А. Галустян. – М. : Аспект Пресс, 2018. – 80 с.
8. Лукина, М. Технология интервью : учебное пособие для вузов / М. Лукина. – 2-е изд., доп. – М. : Аспект Пресс, 2005. – С. 53.
9. Мажура, А. В. К вопросу о жанровой классификации интервью в журналистском творчестве / А. В. Мажура, Е. Д. Тимофеева // Наука и школа. – 2019. – № 3. – С. 47–53.
10. Neveu, E. Revisiting Narrative Journalism as the Futures of Journalism / E. Neveu // Journalism Studies. – 2015. – № 5. – С. 533–542.
11. Jacobson, S. The digital animation of literary journalism / S. Jacobson, S. Marino // Journalism Studies. – 2016. – № 17. – С. 527–546.