



УДК 316.77

СОЦИАЛЬНАЯ СУЩНОСТЬ ВЕБ-ДОКУМЕНТАЛИСТИКИ В РАМКАХ ТЕОРИИ НОВЫХ МЕДИА

А. В. Антонова

Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского
E-mail: medellen@hotmail.com

В статье представлен анализ понятия веб-документалистики в эпоху интернет-медиа. Рассматриваются существенные изменения в этой сфере, затронувшие такие социальные институты, как кино и СМИ. Целью представленной статьи является обозначение границ понятия веб-документалистики и выделение ее специфических особенностей и значения в системе общества. Рассматриваемые в работе теории раскрывают влияние происходящих изменений в сфере медиа на социальные процессы информационного общества.

Ключевые слова: веб-документалистика, новые медиа, социальный институт, информационное общество, Интернет, информация и коммуникация, масс-медиа.

The Social Nature of the Web-documentary in the Framework of the New Media

A. V. Antonova

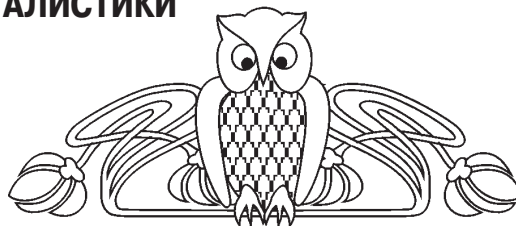
The article presents an analysis of the concept of the web-documentary in the age of online media. The authors considers significant changes in this area affected the social institutions such as film and media. The purpose of the article is the designation of the web documentary concepts boundaries and the selection of its specific characteristics and values in the society system. Considered in theory, reveal the impact of the changes in the media in the social processes of the Information Society.

Key words: web documentary, new media, social institution, information society, Internet, information and communication, media.

DOI: 10.18500/1818-9601-2016-16-2-186-190

Главной заслугой братьев Люмьер стала доступность кинематографа для широких масс. Именно они открыли первую сеть кинотеатров, где можно было показывать фильмы не отдельным зрителям, а целой аудитории. Тогда это казалось простым развлечением, приносящим немалый доход. Однако именно так началось формирование кинематографа. В связи с усиливающимся значением кинематографа в общественной жизни выделяют социальный институт кино.

Как известно, в социологии существует множество определений социального института. Рассматривая историю термина, А. И. Кравченко и В. И. Добренков определяют социальный институт следующим образом – исторически сложившиеся, устойчивые формы организации совместной деятельности, регулируемые нормами, традициями, обычаями, направленной на



удовлетворение фундаментальных потребностей общества¹. Каждый социальный институт выполняет общественно-значимые функции.

Теоретик кино М. И. Жабский в работе «Вестернизация кинематографа: опыт и уроки истории» выделяет следующие функции кино: эвристическую; коммуникативную; познавательную; эстетическую; воспитательную; развлекательную².

Одной из важнейших функций кинематографа, как «мощнейшего регулятора общественных отношений», является формирование и продвижение национальной идеи.

Особое значение исследователи и сами кинематографисты отводят документальному кино. В заявленной миссии Британского фонда поддержки международного документального кино BRITDOC говорится: «Мы считаем, что документальное кино является жизненно важной частью культуры и демократии с уникальной ролью отражения нашей жизни и вызовом нашим идеям и взглядам на прошлое, настоящее и будущее мира»³. Сегодня этот фонд поддерживает международное документальное кино, а также инновационные интернет-формы и технологии в этой области, другими словами, веб-документалистику.

Термин «веб-документалистика» появился одновременно с таким понятием, как «интерактивное документальное кино», и подчеркивает новые возможности медиасферы, которые открыло появление Интернета. За последнее время примеров работ, которые относят к веб-документалистике, стало очень много, причем как за границей, так и в России: «Грозный: 9 городов», «Выход», «Out my window» и многие другие. «Веб» – значит «сетевой», однако свои основные творческие методы и принципы веб-документалистика унаследовала от традиционной.

Проанализировав научную литературу и конкретные примеры творчества, мы пришли к следующему простейшему определению документалистики – это то, что создано на основании документов: документальные фильмы, документальная литература и т. п. Документальная литература развивается в XIX в., примерами могут служить «История Пугачева» А. С. Пушкина, «Жизнь Гайдна, Моцарта и Метастазии», «Жизнь Россини» Стендаля. В таких произведе-



ниях авторы исследуют исторические события и социальные явления путем анализа и творческого синтеза документальных материалов, а не с помощью творческого вымысла.

Похожий творческий метод можно проследить и в кинематографе. Первые эксперименты в области кино были именно документальными – «Прибытие поезда» и «Выход рабочих с фабрики» братьев Люмьер, снятые еще в 1895 г. В 1909 г. были сделаны кинохроники из жизни Льва Николаевича Толстого. Однако понятие «документальный фильм» впервые предложил Джон Грирсон в рецензии на картину Роберта Флаэрти «Моана южных морей». Статья вышла 8 февраля 1926 г. в «The New York Sun». Именно в этой рецензии критик определяет документальное кино как «творческую разработку действительности».

Таким образом, документалистика как вид искусства – это всегда художественный взгляд на реальность, только авторы, выражающие через произведения свои личные мысли и чувства, могут называться документалистами. С другой стороны, существует понятие газетно-журнальной документалистики (очерк, записки, хроника, репортаж), которое правильнее отнести к журналистике.

С развитием цифровых технологий, Интернета и свойственных ему новых форм повествования (таких как вэб-доки, лонгриды и др.) границы между киноискусством, документалистикой, журналистикой стали размываться – один из уровней так называемого процесса конвергенции в теории новых медиа. Адриан Майлз, автор работ о современной интернет-документалистике, подчеркивает, что исследования этой области находятся на периферии учений о новых медиа, кинематографа и документалистики⁴. СМИ активнее используют методы и приемы документалистики, документалистика быстрее и своевременнее откликается на социальные явления, стремится к объективности. Веб-документальные проекты подчинены драме и логике кино.

Процесс конвергенции свойственен не только веб-документалистике – это одна из важнейших тенденций новых медиа. Андерс Фагерйорд и Таня Сторсул, специалисты в области новых медиа, выделили шесть интерпретаций этого термина: конвергенция сетей (из аналогового сигнала в цифровой), конвергенция терминалов (объединение устройств в одно, multifunctional), конвергенция услуг (предоставление прямо не связанных услуг, например Интернет через телевидение и т. п.), конвергенция рынков (слияние телекоммуникационных компаний и медиакомпаний), конвергенция жанров и форм (проникновение жанров одной медиаплатформы в другую), конвергенция регулирования (так как компании и структуры объединяются, то и регулирующие органы также объединяются, например, слияние некоторых министерств и т. п.). Е. И. Горошко говорит и о конвергентных про-

цессах в языке: конвергенции письменной и устной форм речи, вербальной и невербальной информации, монолога, диалога и полилога и др.⁵

Именно эти процессы объясняют, почему веб-документальные проекты впервые появились как журналистские материалы и только потом были подхвачены документалистами. Одним из первых успешных проектов стал «Snow Fall»⁶. Он был запущен в декабре 2012 г. Джоном Бранчем, сотрудником «New York Times», получил Пулитцеровскую премию и был назван экспертами всего мира «будущим журналистики». Всего интернет-материал набрал более 3,5 млн просмотров – фантастический отклик аудитории. Форму проекта попытались перенять другие издания (например web-docs «Firestorm»⁷), и даже были сделаны пародии на проект («Icefail»⁸), что показывает активность аудитории. Примером же тонкой работы настоящего документалиста стал проект «Out My Window»⁹ – истории нескольких обычных людей из совершенно разных стран. И первую и вторую работу, без сомнений, относят к веб-документалистике. Это доказывает, что относительно традиционной документалистики веб-документалистика – понятие более широкое.

Однако не только конвергентность характеризует специфику веб-документалистики как явления эпохи новых медиа, важно рассмотреть и другие особенности.

«Новыми» называют медиа, противопоставляемые традиционным, вместе с тем подчеркивая условность такого разделения: любые медиа когда-то были новыми. Еще в 2001 г. Л. Манович, один из первых исследователей интернет-пространства, издает книгу «Язык новых медиа», где формулирует пять принципиальных особенностей (сейчас, как мы видим в книге под редакцией А. Качкаевой¹⁰, исследователи выделяют гораздо больше). Первой из этих особенностей он называет кодирование данных или цифровое представление. То есть любая информация – текст или изображение – может быть представлена в виде цифр и алгоритма. При этом Л. Манович задумывается: становятся ли традиционные СМИ новыми, если в их создании участвуют цифровые технологии и, если нет, то где же границы новых медиа?¹¹ На наш взгляд, если рассматривать цифровизацию лишь как совершенствование инструментов создания и распространения, то ничего содержательно нового действительно нет. Однако качественно новое проявляется тогда, когда идет речь об изменении методов создания медиа, а также изменении восприятия аудиторией информации, а цифровые технологии действительно становятся причиной этих всех изменений.

Другой сущностной характеристикой Л. Манович определил модульность. То есть, с одной стороны, в Интернете все взаимосвязано принципом гиперссылки, и любой информационный продукт – часть большой системы, Интернет-сети. Однако каждый этот элемент обладает не-



зависимостью и самостоятельностью: картинка может быть частью статьи, а может быть самостоятельной единицей информации. Модульность обеспечивает простоту и динамичность создания информационного продукта – но не нужно останавливать работу сайта, чтобы поменять какое-либо изображение на нем. Кроме того, свойство модульности позволяет работать с отдельными элементами или группой элементов, не затрагивая остального контента, что сделало переворот в проектировании информационного продукта. Наталья Лосева в книге «Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные» объясняет атомно-молекулярную теорию мультимедиа: «Например, одна фотография – условный “инфоатом”». Она может быть самостоятельным элементом и рассказывать довольно много полезного. Три или пять фотографий, собранные в слайд-шоу – это уже “инфомолекула”, тоже самодостаточная. Но при соединении такой “инфомолекулы” слайд-шоу с “инфомолекулой” текста, “молекулой” видеоиллюстрации или видеосюжета, “инфомолекулой” графики получается “тело” мультимедийного материала»¹².

То есть под «инфомолекулой» могут подразумеваться фоторепортаж, карикатуры, подкасты, аудиоиллюстрация, аудиосюжет, видеосюжет, потоковое видео с места событий, видео- или аудиокомментарий. Однако, чтобы исправить видеосюжет, включенный в мультимедийную статью, потребуется не так уж и мало времени, потому что сюжет – это законченное отдельное произведение, в свою очередь состоящее из множества элементов (аудиодорожки, видеокадров, фотографий и т. п.). Впрочем, скорее всего, в будущем станет возможным полноценный аудио- и видеомонтаж в Сети, в режиме онлайн (уже сейчас такие платформы, как «YouTube», предоставляют возможность элементарной корректировки видео – нарезки видеофрагментов, добавление титров, цветокоррекции).

Несмотря на то, что модульность сильно упрощает верстку современного материала, делает менее затратным этот процесс и расширяет набор инструментов создания контента, принципиального отличия от составления первых газет с помощью отливок нет. Только раньше «инфоатомом» была литера, которая складывалась в слова и текст. Но, как и дигитализация (представление в цифровом виде), модульность новых медиа обеспечивает другой тип восприятия материалов аудиторией.

Следующей характеристикой новых медиа, вытекающей из двух первых, Л. Манович называет автоматизацию процесса создания, распространения, поиска информации, архивирования. Сегодня степень автоматизации процесса создания и редактирования информационного контента полностью зависит от программного обеспечения. Можно создать медиапродукт усилиями

одного человека, в связи с этим появляются проблемы информационного засорения Интернета: «К концу двадцатого века перестала остро стоять проблема, как создать объект новой среды, например, изображение; новой проблемой стало нахождение уже существующего где-то объекта»¹³. Впрочем, и эта проблема сегодня решается с помощью автоматизированной системы сортировки информации: по размеру файлов, тематике, дате размещения и другим характеристикам, которые автоматически присуждаются файлу при его создании (например, фотографии цифровым фотоаппаратом). Ко всему прочему автоматизированными становятся и инструменты контент-анализа: все данные о посещении сайта, просмотр видео фиксируются специальными программами-счетчиками. В связи с автоматизацией медиа всегда актуальным будет вопрос разработки искусственного интеллекта, однако до сих пор ученым не удалось создать такую программу, которая могла бы полностью исключить участие человека, а значит, все программы остаются лишь инструментами.

Одно из главных отличий новых медиа от традиционных, по Л. Мановичу, – изменчивость или вариативность форм контента. Если газета, телепередача или радиовыпуск после публикации и выхода в эфир не могут быть изменены, то сайты можно исправить или изменить в любой момент. Более того, современные сайты меняются в зависимости от устройства, на котором вы его просматриваете (например, полные версии и мобильные версии «ВКонтакте»¹⁴), а некоторые ресурсы позволяют корректировать содержание в соответствии с запросами и предпочтениями конкретного пользователя¹⁵. «Как только <...> клиент оказывается за компьютером, который генерирует и отображает среду, и как только эта самая среда существует уже не как материальный объект, а как набор данных, которые могут быть переданы по проводам со скоростью света, тогда клиент получает возможность получить свой уникальный продукт практически сразу после сделанного запроса. Обратимся все к тому же примеру, – как только вы заходите на веб-сайт, сервер немедленно собирает для вас заказанную веб-страницу»¹⁶. Всего в своей книге Лев Манович выделяет семь принципов изменчивости¹⁷:

- элементы медиа хранятся в «информационных хранилищах», из которых генерируется медиапродукт заранее или по запросу пользователя;
- второй принцип состоит в возможности формировать уровни информации, благодаря чему медиа могут создавать интерактивные интерфейсы;
- принципиальной становится возможность формирования конечного продукта в зависимости от полученной информации о технических возможностях пользователя;
- принцип разветвленной интерактивности позволяет пользователю перемещаться по разным частям медиапродукта с помощью меню;



– тесно связанный с предыдущим, принцип гипермедиа обеспечивает просмотр информации в желаемом порядке. Это, в сущности, означает, что с каждым новым выбором последовательности элементов создается новый информационный продукт. Л. Манович считает, что в понятие «гипермедиа» входит понятие «гипертекста», так как первое расширяет значение второго (в гипертексте могут быть анимация, картинка, видеофрагмент). Хотя первым появился термин «гипертекст» – его ввел Тед Нельсон в 1965 г. для описания документов (например, представляемых компьютером), которые выражают нелинейную структуру идей, в противоположность линейной структуре традиционных книг, фильмов и речи. В российской практике почти не используются термин «гипермедиа», расширяя значение «гиперссылки» и «гипертекста»;

– принцип обновляемости новых медиа знаком каждому из нас. Наше программное обеспечение компьютера или ноутбука может часами не включаться, устанавливая новые обновления. По тому же принципу работают некоторые обновления сайтов: какие-то автоматически (рубрики «погода», «валюта» и др.), какие-то вручную, но важно заметить, что меняются только конкретные элементы или какие-то детали, сохраняя общую структуру медиа прежней;

– последний принцип изменчивости – принцип масштабирования или детализации, лучше всего иллюстрируется примером сайтов, у которых есть несколько версий: для компьютеров и ноутбуков, для телефонов и планшетов¹⁸.

Таким образом, мы рассмотрели четыре характеристики новых медиа, которые выделяет Л. Манович: дигитализация, модульность, автоматизация и изменчивость. Но следует отметить, что исследователь, в первую очередь, характеризует новые медиа в самом широком значении – как новую информационную среду, и отмечает, главным образом, особенность технических условий и инструментов этой среды. Однако пятой характеристикой новых медиа Л. Манович называет транскодинг. Это профессиональный термин, который обозначает перевод одного цифрового формата в другой, но автор расширяет значение понятия: он считает, что в новых медиа существует два уровня – «культурный» и «компьютерный». «Так как новые медиа стали создаваться с помощью компьютеров, распространяться с помощью компьютеров, существовать в компьютерной среде, компьютерная логика начала оказывать значимое воздействие на культурную логику всей коммуникативной среды. Поэтому факт того, что компьютерный слой будет оказывать влияние на культурный, – явление, вполне ожидаемое»¹⁹. То есть к теории, сформулированной Мановичем, можно также отнести влияние технологий и инструментов на содержание медиа и изменение системы функционирования СМИ как социального института.

Важнейшую особенность – «сетевую мобильность» – отметил Вин Кросби, исследователь в сфере коммуникации. Возможность передачи контента по Сети неограниченному количеству людей. Ученый связывает с новыми медиа особый тип коммуникации – «многие-к многим», в то время как традиционные СМИ работают по схеме «один-к многим»²⁰. Это позволяет интернет-медиа осуществлять одновременно массовую коммуникацию, но сохранять личностно ориентированные формы. Интернет-платформы подстраиваются под каждого пользователя в отдельности и становятся, кроме всего прочего, средством межличностного общения. Каждый может стать автором собственного документального материала и распространить его в считанные секунды – ежедневно на портал Facebook загружается более 250 млн фотографий!

Именно о подобных изменениях говорит в своей работе автор теории культуры участия Генри Дженкинс, отмечая, что технологические изменения повлияли на культуру: «Мы вступаем в эру длительного переходного периода и изменений сферы медиа. Конвергенция лишь описывает процесс, чтобы мы могли разобраться в ее составляющих. Но не будет никакого волшебного черного ящика, который бы привел все в порядок. Производители медиа сами найдут путь через пересмотр их отношений со своими потребителями. Аудитория, вооруженная новыми технологиями, требуют право на участие в создании культуры, занимая пространство на пересечении между старыми и новыми медиа. И те производители медиа, которые не будут считаться с новой культурой участия, столкнутся с потерей внимания аудитории и уменьшением доходов»²¹. Подтверждением этому мнению может служить известный документальный проект YouTube «Жизнь в день». Авторы проекта предложили всем желающим по всему миру снять любой кусочек своего одного дня (24 июля 2010 г.) и загрузить на портал. YouTube получил 80 000 видео общей продолжительностью 4500 часов. В 2011 г. вышел полнометражный фильм длительностью 90 минут. Проект имел ошеломляющий успех, и уже в том же, 2011 г., ВВС начало сотрудничество с YouTube для создания фильма – национального портрета «Британия в день».

Таким образом, мы видим, что веб-документалистика – это не просто адаптация документалистики к интернет-среде. Авторы становятся участниками-продюсерами, которые, учитывая возможности аудитории, управляют творческим процессом, пространством и материалом. В такой модели документалистики нет жесткого разделения на аудиторию и автора, зато есть пользователи, которые получают возможность быть участниками творческого процесса и самого произведения, управлять контентом в режиме онлайн и физически взаимодействовать с произведением (с помощью интерфейса). Все это означает транс-



формацию взаимоотношений и социальных ролей внутри кинематографа, изменение механизмов работы массовой коммуникации, а значит, существенное изменение функционирования кино и СМИ как социальных институтов. Однако специфику и значение этих изменений нам еще предстоит изучить более подробно.

Примечания

- 1 См.: Добренъков В. И., Кравченко А. И. Социология. М.: Инфра-М, 2001. С. 625, 576.
- 2 См.: Жабский М. И. Вестернизация кинематографа: опыт и уроки истории // Социс. 1996. № 2. С. 27.
- 3 *Vickers R.* Convergence media, participation culture and the digital vernacular: towards the democratization of documentary // International Conference on Communication, Media, Technology and Design (May 09–11, 2012, Istanbul –Turkey). Istanbul, 2012. P. 106.
- 4 См.: *Miles A.* Seven Small Propositions that Fall, Autumnally. Upon Interactive Documentary. URL: https://www.academia.edu/11877122/Seven_Small_Propositions_that_Fall_Autumnally_Upon_Interactive_Documentary (дата обращения: 04.05.2015).
- 5 Цит. по: *Кирия И.* Мультимедиа и новые принципы новостей // Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А. Г. Качкаевой. М.: Дрофа, 2010. С. 16–17.
- 6 См.: Snow Fall. NYTimes: [webdocs]. URL: <http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/#/?part=blur-of-white> (дата обращения: 01.02.2014).
- 7 См.: Firestorm. URL: <http://last30.ru/> (дата обращения: 12.03.2015).

- 8 См.: Icefail. URL: <http://games.usvsth3m.com/icefail/#section-1> (дата обращения: 29.05.2014).
- 9 См.: Out My Window. High Rise Project. URL: <http://outmywindow.nfb.ca/#/outmywindow> (дата обращения: 01.03.2014)
- 10 См.: Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные.
- 11 См.: *Manovich L.* The Language of New Media. Cambridge: The MIT Press, 2002. P. 23–27.
- 12 Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. С. 131.
- 13 *Manovich L.* Op. cit. P. 55.
- 14 Полный электронный адрес «ВКонтакте» – vk.com, для мобильных и планшетных устройств – m.vk.com, эта версия ресурса более простая по дизайну и упрощенная по содержанию.
- 15 Например, новостной ресурс Lenta.ru позволяет подписываться на материалы отдельных тем, а также автоматически анализирует те статьи, которые читал пользователь, и предлагает прочитать то, что ему может быть еще интересно.
- 16 *Manovich L.* Op. cit. P. 36.
- 17 Ibid. P. 37.
- 18 Можно снова обратиться к ресурсу «ВКонтакте» как к примеру. Вид ресурса меняется в зависимости от того, с какого устройства заходит пользователь. Дизайн автоматически подстраивается под разрешение экрана, размеры и мощность устройства.
- 19 *Manovich L.* Op. cit. P. 46.
- 20 См.: *Crosbie V.* What is new media? // Corante. 2007. URL: http://rebuildingmedia.corante.com/archives/2006_04.php (дата обращения: 04.04.2013).
- 21 Ibid.

УДК 316.422

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ИДЕИ А. А. ЗИНОВЬЕВА: СОВРЕМЕННЫЙ ВЗГЛЯД

О. Н. Ларин

Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского
E-mail: 2306185@mail.ru

Статья посвящена основным направлениям в исследовательской деятельности уникального отечественного ученого А. А. Зиновьева, таким как философия, социология и макросоциология.

Ключевые слова: западнизм, капитализм, демократия, сверхобщество, идеология.

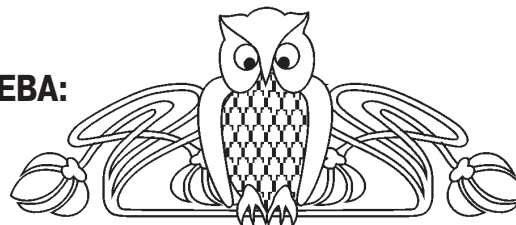
Sociological Ideas A. A. Zinoviev: Modern Look

O. N. Larin

The article discusses the main activities of the unique Russian scientist A. A. Zinoviev, philosopher, sociologist and macro-sociologist.

Key words: zapadnizm, capitalism, democracy, super-society, ideology.

DOI: 10.18500/1818-9601-2016-16-2-190-192



Труды выдающегося философа, социолога и логика А. А. Зиновьева (1922–2006), стали объектом развернутого осмысления в отечественной науке и за рубежом. Еще при жизни его социологические взгляды вызывали споры: одни считали его неисправимым диссидентом, другие – коммунистом-романтиком. Либеральные идеологи поднимали на щит его сатиру на советскую действительность, но государственники считали его своим единомышленником и гуманистом с большой буквы.

Личные качества ученого отличало обостренное чувство справедливости, побуждавшее его к борьбе с любым насилием, включая идеологическое. Его имя еще два десятилетия тому назад было известно в нашей стране только небольшому кругу философов и социологов. Фено-