

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ Зорин К. А.
« ____ » _____ 2017 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

42.03.02 Журналистика

«1917. СВОБОДНАЯ ИСТОРИЯ» КАК ТРАНСМЕДИЙНЫЙ ПРОЕКТ

Руководитель	_____	ст. преподаватель	Устюжанина Д.А.
Выпускник	_____		Дюбанова М.М.
Консультант	_____	к. филос. наук	Зорин К.А.
Нормоконтролер	_____	ст. преподаватель	Богуславская О.В.

Красноярск 2017

Аннотация выпускной квалификационной работы
Дюбановой Маргариты Михайловны
«1917. Свободная история» как трансмедийный проект»

Научный руководитель – Устюжанина Дарья Александровна, ст. преподаватель

Количество страниц: Общее число страниц – 58 (в их числе титульный лист и список использованных источников).

Количество использованных источников: 42

Перечень ключевых слов: трансмедиа, интернет, трансмедийные проекты, социальные сети, виртуальная реальность, контент новых медиа, аудитория.

Актуальность: Актуальность нашей работы состоит в том, что в научном пространстве России недостаточно работ по осмыслению трансмедийных проектов, так как их создание для российской практики является новым.

Цель: изучить специфику трансмедийных проектов.

Новизна работы состоит в том, что исследуются не просто феномен трансмедийности или известные трансмедийные проекты, а «1917. Свободная история», новый российский проект, трансмедийность которого доказана в работе.

Главной задачей данной работой является: анализ проекта «1917. Свободная история» с точки зрения трансмедийного, соотнесения ключевых признаков с исследуемым объектом.

Объект данного исследования - конвергентность медиаформатов, а **предмет** — явление трансмедийности в массовом информационном пространстве.

Теоретическая база: монографии и статьи исследователей, посвященные вопросам интернет-коммуникации, феномену трансмедийности, виртуальной реальности и социальным сетям.

Эмпирической базой данного исследования является проект «1917. Свободная история».

Структура и краткое содержание работы: Данная работа состоит из двух глав: теоретической и практической. **Первая глава** состоит из четырех параграфов. Первый параграф раскрывает понятие трансмедийности, а также включает один подраздел, рассказывающий о виртуальной реальности. Во втором параграфе описана специфика аудитории трансмедийных проектов, она повлияла на их появление. В третьем параграфе мы описали ключевые признаки трансмедийных проектов, которые выделены исследователями. В четвертом параграфе рассмотрены проекты, которые существуют в российской и зарубежной практике, и уже общепризнаны трансмедийными. **Вторая глава** данной работы посвящена непосредственно практическому исследованию. Сначала мы проводим анализ «1917. Свободная история»: даем общую характеристику работе, описываем его аудиторию, структуру и используемые способы вовлечения. Далее проект анализируется по признакам трансмедийности, рассмотренные в первой главе настоящей работы. На основе изученного материала будут сделаны выводы о трансмедийности проекта «1917. Свободная история». Завершает работу «**Заключение**», главный тезис которого состоит в том, что «1917. Свободная история» — это трансмедийный проект, он стал абсолютно новым форматом для российского медиапространства. Это соединение прошлого и настоящего, виртуального и реального, яркий пример того, как может быть организован контент в форме социальной сети на основе документальных источников.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1 Трансмедийность в массовом информационном пространстве	8
1.1 Понятие трансмедийности.....	8
1.1.1 Виртуальная реальность	12
1.2 Аудитория и трансмедиа	14
1.3 Признаки трансмедийных проектов	16
1.4 Трансмедийные проекты в российской и зарубежной практике	20
2 Проект Яндекс «1917. Свободная история»	24
2.1 Описание проекта.....	24
2.1.1 Аудитория проекта	27
2.1.2 Структура проекта.....	29
2.1.3 Способы вовлечения	35
2.1.4 Функционирование проекта в действующих социальных сетях.....	38
2.2 Платформа социальной сети.....	39
2.3 Трансмедийность в проекте «1917. Свободная история».....	41
Заключение.....	51
Список использованных источников.....	54

ВВЕДЕНИЕ

Изменения, происходящие в области медиапотребления в наше время, не могли не отразиться на медиапроизводстве. В первую очередь, на него оказала влияние конвергенция, которая представляет собой целый комплекс технологических, экономических, социально-культурных изменений в области медиа. По словам А.Г. Качкаевой, конвергенция — это стирание границ между медиа на всех уровнях: сетей, терминалов, услуг, рынков, регулирования, а также форм и жанров [Качкаева, 2010]. Таким образом, мы видим слияние «старых» и «новых» медиа, процесс дигитализации культуры, слияние отраслей, сдвиги в организации медиапроизводства, интеграцию медиа в повседневную жизнь и т. д. [Соколова, 2011].

Современный потребитель является одновременно и читателем, и зрителем, и слушателем: аудитория потребляет контент с самых разных платформ. Производители вынуждены подстраиваться под эту тенденцию, чтобы максимально вовлечь читателя в свою историю. Именно поэтому продвижение истории (бренда, информации и т. д.) на как можно большем числе площадок приводит к конвергенции каналов.

Процесс медиаконвергенции можно наблюдать при анализе трансмедийных проектов. Исследователи используют несколько периферийных терминов при описании данного феномена: «кросс-медиа» (cross-media), «интегративные медиа» (integrated media), «гибридные медиа» (hybrid media), «синергия» (sinergy) и др. [Соколова, 2011]. Андреа Филлипс утверждает: хотя кросс-медиа и трансмедиа до недавних пор рассматривались как понятия с крайне близким содержанием, в последнее время ситуация изменилась. «Все больше профессионалов сходятся во мнении, что кросс-медиа подразумевает распространение идентичного контента ... на многочисленных платформах» [цит. по: Гамбарато, 2015]. В настоящей работе мы будем использовать термин трансмедиа, так как именно это понятие отражает суть и принципы анализируемого материала данного исследования, которые будут рассмотрены в

первой части настоящей работы.

Понятие трансмедийности не является новым. Оно появилось еще в 1991 году в работе Марши Киндер «Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles» [Гамбарато, 2015]. Исследователь обозначает термином такие модели повествования, которые характеризуются взаимопроникновением кино, мультфильмов, игр, парков развлечений. Позднее, в 2003 году, Генри Дженкинс вновь говорит о трансмедийности, дополняя термин: «Трансмедиа история рассказывается посредством различных медийных платформ» [цит. по: Гамбарато, 2015]. Автор утверждает, что каждый новый текст вносит изменения в общую картину повествования. Таким образом, знакомиться с историей читатель может начать в любом равноправном источнике, а продолжить в другом: ТВ-шоу, роман, парк развлечений и т.д. Контент в каждом источнике должен быть разным: потребитель собирает всю историю в одно целое, знакомясь с информацией «по кусочкам» на разных платформах.

Также необходимо учесть, что трансмедиа — это не адаптация текста под определенную платформу, то есть фильм, снятый по книге (или наоборот) — это еще не трансмедийный «мир». Трансмедиа предполагает наличие базового текста, вокруг которого строится вся «вселенная» истории, но каждая отдельная часть может существовать как самостоятельный продукт. Развитие технологий расширило возможности данного феномена, переплетая все возможные форматы в единое медийное «полотно». В исследованиях в качестве примеров трансмедийных проектов рассматривают такие, как «Матрица», «Большой брат» (Big Brother), «Алиас» (Alias), «24», «Гарри Поттер», «Звездные войны», из наиболее поздних — «Аватар». По словам Н.Л. Соколовой, в российской практике можно привести в качестве примера проект S.T.A.L.K.E.R. и «с некоторыми оговорками» проект «Дозоров» («Дневной дозор» и «Ночной дозор») [Соколова, 2011].

Постоянно появляются интересные и еще малоизученные

мультимедийные проекты. Так, проект Яндекс «1917. Свободная история», созданный в 2016 году, еще не получил должного осмысления в теоретическом плане. «1917. Свободная история» еще не предстал аудитории в законченном виде. Это документальный проект, который посвящен 100-летию революции и отражает события, происходившие в России в 1917 году, в онлайн-режиме. Проект создан «в рамках программы, направленной на развитие культурных и образовательных инициатив в области истории, литературы, искусства и философии», об этом сообщается на самом сайте проекта, организованного в форме социальной сети. Этот подход позволил создателям проекта совместить историю и современность, сделать способ подачи информации максимально понятным и доступным для зрителя наших дней. Так, аудитория проекта следит за событиями, о которых рассказывается от первого лица в режиме реального времени. Благодаря выбору такого формата пользователь может проследить связи каждого участника событий, прочитать их мысли и узнать о действиях; может сам выбрать, за каким процессом ему следить, а какой оставить без внимания. Авторы проекта создали виртуальную реальность, где повторяются события прошлого в настоящем. События разворачиваются синхронно с интервалом в сто лет, что позволяет аудитории «пережить» историю вместе с непосредственными ее участниками, которые пока не знают о том, что произойдет в будущем. Создан целый виртуальный мир, который существует параллельно реальности и по аналогии с ней. Возникает эффект, что события происходят здесь и сейчас, что сам пользователь является очевидцем истории 1917 года.

Актуальность нашей работы состоит в том, что существование трансмедийных проектов для российской практики является новым, поэтому на данный момент в отечественном научном пространстве крайне недостаточно работ по осмыслению феномена трансмедиа [Сумская, 2015].

Цель – изучить специфику трансмедийных проектов.

Гипотеза — опровергнуть или доказать, что «1917. Свободная история»

является трансмедийным проектом.

Объект исследования: конвергентность медиаформатов.

Предмет исследования: явление трансмедийности в массовом информационном пространстве.

Задачи:

- Дать определение трансмедийности;
- Выделить основные предпосылки возникновения трансмедийных проектов;
- Изучить специфику и сферу применения трансмедийных проектов;
- Проанализировать «1917. Свободная история» как трансмедийный проект;
- Соотнести особенности анализируемого проекта с принятыми признаками трансмедийных работ, определить, является ли исследуемый объект трансмедийным.

Наше исследование направлено на изучение феномена трансмедийности. В определении отдельных аспектов работы мы будем опираться на исследования Н.Л. Соколовой о трансмедийности, на работы М.А. Пильгун о развитии медиатекста в современном мире, на работы А.С. Чернавского о будущем медиапотребления и т.д. Также в качестве теоретической основы для нашего исследования мы взяли работу Ренира Рампаццо Гамбарато «Дизайн трансмедиа проектов: теоретические и аналитические аспекты». В работе дается детальное описание феномена трансмедиа, характерные черты понятия, отличающие его от других. В исследовании мы опираемся на фундаментальные работы Генри Дженкинса, который впервые использовал понятие трансмедийности в 2003 году в таком понимании, которое будет рассмотрено в настоящей работе [Jenkins, 2007]. Кроме того, в работе используется термин «виртуальная реальность», в его определении мы опирались на работы современных исследователей (И. Лобанков, О. Елхова), а также на базовые идеи Жана Бодрийера.

Методы исследования: синтез, индукция, дедукция, структурный анализ.

Эмпирическая база: для данного исследования нами рассмотрен проект Яндекс «1917. Свободная история», запущен проект в 2016 году, но еще продолжает обновляться.

Работа состоит из двух глав, введения, заключения и списка использованной литературы, насчитывающего 42 наименования. В первой главе рассматривается понятие трансмедийности, его реализация в проектах. Также определяется место трансмедийных проектов в современном медиaprостранстве. Во второй главе рассмотрена работа Яндекс «1917. Свободная история», выдвинута гипотеза о возможной трансмедийности проекта.

1 Трансмедийность в массовом информационном пространстве

1.1 Понятие трансмедийности

Понятие трансмедийности (трансмедиа) появилось более 20 лет назад. В 1991 году Марша Киндер в своей работе обозначила так определенную модель повествования, где переплетаются телевидение, кино, игрушки и т. д. [Kinder, 1991]. Ярким примером, на ее взгляд, являются детские субботние шоу. Исследователь впервые говорит о трансмедийной интертекстуальности, которая создается масштабными коммерческими системами.

Спустя десятилетие, уже в 2003 году, Генри Дженкинс вводит понятие трансмедийного сторителлинга. Он утверждает, что «трансмедиа история рассказывается посредством различных медийных платформ, и каждый новый текст вносит весомые изменения в общий нарратив. В идеальном случае трансмедийного повествования каждый медиум используется по прямому назначению. Историю можно начать рассказывать в фильме, а продолжить — в формате ТВ-шоу, романов или комиксов; погружение в трансмедийную вселенную может происходить в ходе знакомства с компьютерными играми или даже тематических парков развлечений» [цит. по: Гамбарато, 2015]. Именно в таком понимании мы будем рассматривать данный феномен в настоящей работе.

Также, по словам Дженкинса, в японской культуре существует термин «медиамикс»: распространение контента индустрии развлечений за счет качественного и количественного умножения репрезентаций [Балцату, 2015]. Наличие другого термина, обозначающего то же явление, иллюстрирует то, что в разных научных сообществах признают наличие феномена, но пока не пришли к единому его названию.

Карлос Сколари в определении анализируемого феномена имеет схожую позицию: «разные знаковые системы и медиумы вместе создают трансмедиа

вселенную смыслов» [Гамбарато, 2015].

Концепцию Генри Дженкинса продолжил Джеффри Лонг. Он утверждает, что «трансмедийное повествование связывает отдельные компоненты истории, которые расположены на различных платформах, и создает комплексное программируемое переживание истории». Каждый отдельный медиаканал помогает в развитии единой истории, но эти каналы обладают своими специфическими характеристиками. Именно подобный способ интегрирования содержания позволяет привлечь и удержать потребителя в огромном контент-потоке [Пильгун, 2015].

Несмотря на то, что понятие трансмедиа не является новым, исследователи так и не сошлись в едином определении термина. На сегодняшний день существует множество попыток объяснить его, но за счет смежности и синонимичности концепт так и остается достаточно спорным в своей дефиниции. Приведем только некоторые названия, которые используют для понятия трансмедиа: интермедиа («intermedia», Dick Higgins, 1966), мультимедиа («multimedia», Bob Goldstein, 1966), кросс-медиа («cross-media», Paul Zazera, 1999), мультимодальный дискурс («multimodal discourse», Gunther Kress and Theo van Leeuwen, 2001), суперсюжеты («superfictions», Peter Hill, 2001), мультиплатформенность («multiple platforms», Stephen Jeffery-Poulter, 2003), screen bleed (Matt Hanson, 2003), сетевая нарративная среда («networked narrative environment», Andrea Zapp, 2004), трансмедиаальный мир («transmedial world», Lisbeth Klastrup and Susana Tosca, 2004), distributed narratives (Jill Walker, 2004), гибридные медиа («hybrid media», Jak Boumans, 2004), медиа микс («media mix», Mizuko Ito, 2005), cross-sited narratives (Marc Ruppel, 2005) и deep media (Frank Rose, 2011) [Гамбарато, 2015].

Также о трудностях точного названия исследуемого явления говорит Наталья Соколова: «Пока в литературе нет оформившегося категориального аппарата для характеристики этого феномена. «Терминологический хаос» в описании трансмедиа, по замечанию С. Х. Миллер, можно объяснить тем, что

это «не только новый жанр интерактивного развлечения, но и принципиально новый способ думать о развлечении» [Соколова, 2011].

Таким образом, мы в данной работе под понятием трансмедийность будем понимать следующее: это распространение самостоятельного контента, части которого самодостаточны и связаны одним опорным текстом, на различных медийных платформах, в результате чего создается «масштабная вселенная смыслов». Например, вселенная Marvel или DC, в которой сосуществуют различные герои на многих площадках (комиксы, мультфильмы, кино, сериалы, игры), но могут и переплетаться воедино.

Потребителю предлагают множество путей для знакомства с основным текстом, пользователь может сам выбрать тот формат, который ему больше подходит. Но трансмедиа требуют и особой активности, нового уровня медиакомпетентности или медиаграмотности. По словам Сколари, «трансмедиа предполагают не просто некоторую степень медиакомпетентности, а «множественную» («мульти») компетентность, так как предполагают способность зрителя/читателя/слушателя/игрока понимать и интерпретировать язык различных типов медиа» [цит. по: Соколовой, 2015].

Трансмедиа позволяет расширить аудиторию за счет увеличения каналов распространения информации, «разрушить границы виртуального и реального мира в сознании потребителя, перевести интерактивность на новый уровень, который охватывает не только медийную, но и реальную действительность» [Пильгун, 2015].

Наиболее часто пересекается с термином трансмедиа понятие «кросс-медиа». На наш взгляд, для того, чтобы определить различия, необходимо понять точное значение указанных дефиниций.

Кросс-медиа — это система передачи информации на медиаплатформах, пересекающихся между собой (о чем свидетельствует приставка «кросс»). Таким образом, мы говорим о распространении именно идентичного контента на разных площадках.

Трансмедиа — более широкое понятие. Оно предполагает не только распространение контента на разных площадках, но и конструирование целой трансмедийной «вселенной смыслов». Также стоит отметить, что важное различие заключается в том, что в случае трансмедиа распространяемый контент должен быть отличным, самостоятельным, но всегда отсылающим к одному «опорному» тексту.

Практик отечественной игровой индустрии, создатель компании Nival Network, Сергей Орловский определяет трансмедийность как «представление медийного продукта одновременно в большом количестве медиа». Он сравнивает трансмедиа «мир» с набором кубиков: «из них можно собрать разрозненную фигуру, а можно состыковать один кубик с другим, как «Лего», и это будет трансмедийный продукт. Разбросанные рядом кубики – это не трансмедийный продукт. Это то же самое, что и кроссплатформенность, только в медиа, это один медийный продукт на разных медиа. Кроссплатформенность – один программный продукт на разных платформах» [цит. по: Спиридонов, 2012].

Однако приведенные выше определения не стоит принимать за единственно возможные. Исследователи отмечают, что «предпочтение того или иного концепта нередко зависит от национальных дискурсивных привычек и договоренностей, согласно которым определенные сектора медиаиндустрии описываются с помощью определенного вокабуляра» [Гамбарато, 2015]. Термин «трансмедийный сторителлинг» используют в Бразилии как в профессиональной, так и в академической среде. В Италии же термин «кросс-медиа» зачастую используется представителями научного сообщества. В США термин «трансмедиа» предпочитают использовать в кино индустрии, особенно в Голливуде. Таким образом, использование и значение предложенных терминов зависит от сообщества, которые ими оперируют.

В данной работе, как и говорилось выше, мы будем использовать именно понятие трансмедиа (трансмедийный), так как на наш взгляд, оно наиболее

полное и точнее описывает исследуемый феномен. Под этим термином мы будем понимать следующее: создание «масштабной вселенной смыслов» за счет распространения самостоятельного контента на различных медийных платформах. Части этого контента должны быть самодостаточны и связаны одним базовым текстом.

1.1.1 Виртуальная реальность

Для полного понимания анализируемого феномена в данной работе необходимо дать определение понятию виртуальная реальность. Безусловно, «виртуальная реальность» шире «трансмедиа», но целью данной работы является определение второго. Однако «виртуальная реальность» является неотъемлемой для трансмедиа, поэтому остановимся подробнее.

Важной характеристикой современного информационного общества является активное развитие компьютерных технологий. Это развитие порождает новые формы и способы передачи данных. Современный человек ежедневно сталкивается не только с естественной и искусственной средой, но и с виртуальной. Это предопределяет «возникновение качественно новых отношений с окружающей действительностью, в частности проблему соотношения реальности и ее символического отображения», то есть виртуальной реальности [Закирова, 2012]. Именно поэтому погружение человека в виртуальную реальность требует ее осмысления с точки зрения онтологии: «реальность порожденная обладает теми же критериями истинности, что и реальность порождающая, а факт временности ее существования не делает ее мене реальной» [Лобанков, 2015].

Один из углов зрения, под которым можно рассматривать виртуальную реальность, входит в рамки постструктуралистско-постмодернистской парадигмы философской мысли, а именно — основываются на идеях Ж. Делеза, Ж. Бодрийера и др., которые разрабатывают идею симулякров.

Симулякр – это (от лат. *simulare* – притворяться) «копия копии, след следа, удвоение удвоения, которое так же, как и копия, претендует на обозначение оригинала, подлинника» [Огурцов, 2001]. Платон утверждал, что прототипом (копией) определяется истина, исходя из сходства или несходства с идеей вещи, а симулякры лишены онтологического статуса, являются подделками, вымыслами, призраками [Дворецкая, 2009]. Симулякры, в отличие от копии, не стремятся к идее вещи. Именно в этом направлении и строится мысль упомянутых выше философов. Копия и симулякр различны по своей сущности, копия наделена сходством, является моделью «Того же Самого» (Бытия, Идеи), а симулякр – это образ, лишенный сходства, «модель Иного, которая обуславливает внутреннее несходство» [Делез, 2011, с. 334]. Симулякр, по Делезу, имеет демоническую агрессивную природу, поэтому он основывает мир на хаосе, на торжествующей анархии. Как считает Делез, именно в настоящее время процесс приватизации симулякром собственных прав достигает апогея. Разрушая модели и копии «ради созидającego хаоса», симулякр провозглашает собственный суверенитет в качестве уникального, автономного и единственно возможного онтологического порядка [Делез, 2011, с. 345]. Жан Бодрийяр, в свою очередь, полагает, что симуляция начинается с утопии основного принципа репрезентации, утверждающего эквивалентность знака и реальности. Он утверждает, что «симулякр не соотносится ни с какой реальностью, кроме своей собственной» [Дворецкая, 2009]. Это последняя фаза развития образа: «он не имеет отношения к какой-либо реальности, чем бы она ни являлась: он является своим собственным чистым симулякром» [Бодрийяр, 2013]. Бодрийяр полагает, что безудержное развитие виртуального приведет к размыванию границ между действительным и альтернативными мирами, и последующей бессмысленной циркуляции образующих универсум элементов [Закирова, 2012].

Основываясь на приведенных теориях Бодрийяра и Делеза, мы можем говорить о том, что симулякр – это знак, утративший связь с означаемым,

который творит свою реальность. «Он также реален, как реально любое тело, только реален он виртуально» [Дворецкая, 2009]. Таким образом, виртуальная реальность – это пространство симулякров. Безусловно, цифровое пространство – это не единственно возможная виртуальная реальность. Ею являются также картины мира человека (миф, религия, наука), которые вовсе не копии самой действительности, не отражают реальный мир. Однако в данном исследовании важно понимание виртуальной реальности медиасреды, того, как в ней воплощаются трансмедийные проекты. Они, функционируя в виртуальном мире, создают свою собственную реальность, которая выходит за рамки цифрового пространства в реальный мир человека и взаимодействует с ним.

1.2 Аудитория и трансмедиа

Появление феномена трансмедийности, в первую очередь, связано с изменением запросов аудитории под влиянием развития технологий. Безусловно, можно говорить о распространении трансмедиа до последней информационной революции, широкого распространения интернет-технологий, например, практика XX века компании Disney (продвижение ТВ-шоу «Клуб Микки-Мауса» и создание парка развлечений Disneyland. Однако именно развитие интернет-технологий позволило данному феномену перейти на новый уровень: начинают появляться проекты, которые ранее были невозможны, за счет увеличения количества каналов распространения информации [Сумская, 2015].

Об этом говорят многие исследователи. Марина Шилина утверждает, что существенным параметром повышения поликодовости, достоверности, эмоциональной насыщенности и при этом упрощения потребления контента и, как следствие, снятия барьеров вовлечения аудитории в коммуникацию является его визуализация, шире – мультимедийность, оптимальные параметры применения которых обусловлены технико-технологическими возможностями,

в первую очередь цифровизацией/дигитализацией (англ. *digitalization*) контента [Шилина, 2013].

Визуальные коммуникации сегодня являются наиболее эффективным средством передачи сообщений, так как «оперируют разнообразными формами, используют современные технологии» [Шевченко, 2015]. Именно этого и ждет современный читатель при погружении в информацию: контент должен быть представлен на разных платформах.

В то же время, некоторые исследователи отмечают тенденцию перегруженности пользователя визуальной информацией: читатель начинает искать нечто уникальное. «Все больше появляется аналитических материалов, где говорится о необходимости индивидуального подхода к каждому значимому медиавысказыванию» [Чернавский, 2015]. Именно так и начинают свой новый этап развития трансмедийные проекты, когда создатели стремятся максимально увлечь читателя своим контентом, используя неожиданные и новые решения для самого пользователя в распространении информации.

По словам Дженкинса, трансмедийность образует вокруг истории заинтересованное сообщество последователей [Гамбарато, 2015]. Описываемые им современные модели трансмедийных проектов основываются на совмещении технологических решений распространения контента и социальной ответственности его производителей. «Информация» не просто передается в формате фильма, сериала, комикса или видеоигры. Она дает возможность заинтересованной аудитории выстраивать дальнейшую коммуникацию, например, в парках развлечений, реалити-играх и т. д.

«Появление тематических передач на каналах телерадиовещания, выпуск компьютерных и видеоигр с релевантными сюжетами и даже организация парков отдыха и коллекций игрушек со знакомыми персонажами не только обеспечивала знакомство аудитории с определенным повествованием в разных вариациях и объектных формах, предполагаемых пространствами появления «истории». Восприятие истории посредством множества уникальных медиумов

помогало аудитории помыслить себя как сообщество заинтересованных зрителей/читателей. Этот феномен стихийного строительства комьюнити обеспечивал социализацию публики и, при этом, требовал от производителей контента создания соответствующих оффлайн-площадок» [Балцату, 2015].

Также необходимо отметить, что трансмедиа позволяет расширить аудиторию передаваемой истории. Так, используя разные площадки для передачи контента, происходит слияние целевой аудитории. История, показанная в фильме или сериале, привлечет один круг пользователей, в игре — другой, в парке развлечений — третий. Но возможно и их частичное слияние. Например, после просмотра фильма пользователь может заинтересоваться видеоигрой, а после нее перейти к комиксам.

Более того, аудитория трансмедийных проектов может выступать как «со-производитель». Многочисленные фаномы (сообщества последователей) создают свои продукты, входящие во «вселенную» истории. Наличие пользовательского контента в трансмедийной «вселенной» только расширяет ее, делает более привлекательной для читателя [Соколова, 2015].

Таким образом, для трансмедийных проектов активная аудитория является неотъемлемой частью. Сначала создатели проектов стремятся увлечь пользователей самыми неожиданными способами, размещая контент на всевозможных медийных площадках, а дальнейшее «конструирование мира» трансмедиа зависит от его приверженцев. Если не будет заинтересованной аудитории, которая бы занималась развитием трансмедийного мира (пользовательский контент на интернет-площадках, уход в оффлайн-коммуникации), то говорить о полноценной «вселенной смыслов» не представлялось бы возможным.

1.3 Признаки трансмедийных проектов

Существует несколько характеристик трансмедийных проектов. В данной

работе мы рассмотрим только несколько, которые, на наш взгляд, являются наиболее значимыми и общепринятыми в исследовании феномена трансмедиа.

В 2009 году в своем блоге Генри Дженкинс опубликовал статью «The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling (Well, Two Actually. Five More on Friday)», в которой выделил семь основополагающих характеристик трансмедийных проектов [Балцату, 2015]. На них мы остановимся подробнее.

- **Расширяемость и углубляемость (Spreadability vs. Drillability)**

По словам Дженкинса, «расширяемость означает возможность аудитории активно включаться в круговорот медиаконтента через социальные сети и в процессе увеличивать его экономическую культурную ценность» [Балцату, 2015].

«Вселенная» трансмедийной истории привлекает абсолютно разную аудиторию: и поклонников фильмов, и любителей видеоигр, и т.д. Пользователь может остаться как в привычной для себя среде, так и расширить свое внимание, перейдя на другую платформу.

- **Континуальность и множественность (Continuity vs. Multiplicity)**

Эти две характеристики указывают на соотношение элементов «вселенной» с основным текстом. «С одной стороны, любое распространение контента с определенным сюжетом, равно как и создание его продолжений, должно соотноситься с первоначальной историей», должны быть соблюдены законы, заданные «вселенной» [Балцату, 2015]. С другой стороны, возможна вариативность частей истории, что может сделать трансмедийный проект более удачным: «разные версии персонажей, альтернативные сюжетные линии, построение параллельных Вселенных смыслов» [Балцату, 2015].

- **Погружение и экстрагируемость (Immersion vs. Extractability)**

Эти характеристики связаны с разными возможностями взаимодействия аудитории с контентом, составляющим трансмедийный проект. Характеристика «погружения» указывает на желание аудитории большего вовлечения в проект.

Например, посещение тематического парка развлечений, то есть переход в оффлайн. Далее это желание большего вовлечения перерастает в стремление к взаимодействию с историей. Появляется активное использование элементов соответствующей вселенной для «конструирования, например, фандомных проектов» [Балцату, 2015]. Так, используя сувенирную продукцию, пользователь нагружает этот материальный объект смыслами, экстрагирует их, и «тем самым дает этой истории жизнь за пределами визуальной и экранной культуры».

- Конструирование «мира» (Worldbuilding)

Расширение количества используемых медийных пространств и площадок дает возможность выстроить наиболее полную картину вымышленного мира, вселенной. В трансмедийном проекте каждая новая часть истории только дополняет уже существующий текст. Это не только усложняет его, но еще и делает более реалистичным мир истории. Пользователи могут «соединять разные части вымышленной Вселенной и структурировать их, например, создавая карту персонажей, в которой отражены их связи друг с другом» [Балцату, 2015].

- Серийность (Seriality)

Серийность заключается том, что вся история представлена не только на различных платформах, но и поделена на части. Эти фрагменты могут быть абсолютно не связаны между собой, а только функционировать в рамках одного «мира», могут же быть последовательные части одного сюжета и т. д. Все это усложняет восприятие аудитории, требуя большего погружения в понимание всего смысла трансмедийного проекта.

- Субъективность (Subjectivity)

«Трансмедийный проект, по Дженкинсу, должен рассказывать историю одновременно с разных сторон» [Гамбарато, 2015]. Для этого создатели трансмедийных проектов действуют по-разному. Например, создатели проекта «Звездные войны» излагали сюжет при помощи приквелов, сиквелов или спин-

оффов. Также можно пойти иным путем: например, излагать историю от лица разных персонажей («Игра престолов»).

- Перформативность/Исполнение (Performance)

Данная характеристика связана с участием аудитории в продолжении проекта. «В связи с этим Дженкинс вводит два понятия: «культурные аттракторы» и «культурные активаторы». По словам исследователя, «культурные аттракторы привлекают сообщества людей, которых связывают общие интересы. <...> Культурные активаторы дают этому сообществу чем-то заняться» [цит. по: Балцату, 2015]. Таким образом, востребованность трансмедийных проектов зависит еще и от вовлеченности той части аудитории, которая знает и понимает, как расширить «вселенную» истории возможностями фандомов (например, организация реконструкторских или косплей-мероприятий, фанатских сайтов и т.д.).

Также интересны для понимания феномена трансмедийных проектов идеи Джеффа Гомеса, изложенные в работе 2007 года. Автор выделил восемь характеристик трансмедиа производства:

1. Контент создаётся одним профессионалом или небольшим количеством «визионеров»;
2. Кросс-медийное распространение контента планируется на ранних этапах разработки франшизы;
3. Контент распространяется на трёх и более медийных платформах;
4. Он уникален, его распространение соотносится с особенностями и спецификой конкретных медийных пространств, но при этом контент не адаптируется при переходе от одной платформы к другой;
5. Контент описывает единую и единственную версию сконструированной вымышленной вселенной;
6. Благодаря согласованным усилиям производителей, при создании контента удается избежать распада, нестыковок внутри общей истории;
7. Сценарии распространения контента исходят от компании и далее

распространяются среди третьих лиц;

8. Продвижение контента предполагает со-участие зрителей (посредством веб-порталов, социальных сетей и пользовательского контента, специфика которого продиктована сюжетными особенностями созданного проекта) [цит. по: Гамбарато, 2015].

На наш взгляд, данные характеристики наиболее полно и ясно отражают специфические черты трансмедийных проектов. Именно этими принципами мы будем руководствоваться далее в практической части настоящей работы.

1.4 Трансмедийные проекты в российской и зарубежной практике

Трансмедийные проекты, как было обозначено ранее, вошли в отечественную и зарубежную практику уже давно, но получили более широкое распространение только в последние десятилетия. Именно поэтому полное осмысление феномена трансмедийности в современном мире невозможно без разбора его практического применения.

Ярким примером трансмедийного проекта является трилогия «Матрица». Речь в данном случае идет не только о фильмах, а обо всей кинофраншизе. Для погружения во «вселенную» Матрицы пользователь может перейти в компьютерную или ролевою онлайн-игру, посмотреть мультсериал, комикс и т. д. Каждый из указанных продуктов не повторяет действия в фильме, а только расширяет их, раскрывая «мир» Матрицы для аудитории [Балцату, 2015].

Более поздний трансмедийный проект, отмеченный исследователями, это телесериал «Настоящая кровь».

Премьера сериала «Настоящая кровь» состоялась в 2008 году. Для его продвижения был развернут 3-месячный трансмедийный проект. На первом этапе организаторы создали форум для обсуждения проблем «некоего неорганического заменителя крови, который якобы мог помочь вампирам легализоваться в обществе». В дискуссию были вовлечены «лидеры мнений»,

блогеры, любители данной тематики и т. д., что расширило аудиторию. «На втором этапе с помощью блога создается альтернативная реальность, в которой представители различных классов – от глав правительств до обывателей – активно обсуждают возможные социальные, психологические, этические, экономические, политические и др. последствия открытого включения вампиров в жизнь общества». Параллельно онлайн-коммуникациям запускается реклама в реальной жизни: на общественном транспорте, билбордах, в печатной прессе. На последнем этапе продвижения перед премьерой на фестивале Comic-Con появляются актеры будущего шоу [Пильгун, 2015].

Также выдающимся примером трансмедийного проекта является проект *The Tulse Luper Suitcases*, созданный британским режиссером Питером Гринуэем (2003). Главный герой, Тулс Лупер, путешествует с 92-я чемоданами, которые он собирал на протяжении всей своей жизни. «Нелинейный нарратив состоит из трех фильмов, 92 DVD, телесериала, книг, веб-сайта, блогов, онлайн конкурсов и выставок». Ключевые события жизни героя описаны на разных платформах, а их предысторию читатель может узнать из фильмов. «Этот сложный трансмедиа нарратив позволяет шаг за шагом, посредством разных медиа платформ, воссоздать жизнь якобы реального человека. И, более того: загадочное путешествие, полное секретов и тайн, приглашает аудиторию к участию в реконструкции истории главного персонажа» [Гамбарато, 2015].

На наш взгляд, самым очевидным массовым трансмедийным проектом является «Вселенная Бэтмена». Многочисленные фильмы, комиксы, игры, наличие разных сюжетных линий героев, от лица которых ведется повествование, достаточно активный «фандом», за счет чего активная оффлайн жизнь у всего проекта.

В российской практике исследователи обозначили несколько трансмедийных проектов. Это проект «Первого канала» «Голос» (франшиза голландского ТВ), который выделяет Мария Пильгун [Пильгун, 2015]. Однако данный проект нельзя считать трансмедийным в том понимании, который

обозначен в данной работе. Также автор говорит о трансмедийности проекта канала ТНТ 2014 года «“Чернобыль. Зона отчуждения”. Закрытый показ». В привлечении к премьере сериала создатели сделали трехэтапный квест, который объединил виртуальные игры, социальные сети и реальный мир, где участники должны были выполнять определенные действия. У проекта были свои визуальные символы, которые присутствовали как в виртуальном мире, так и в реальном в местах появления аудитории проекта: перевернутая машина «Волга», черно-желтая лента и люди в желтых костюмах химзащиты. «По данным «TNS Россия», премьера была признана одной из самых успешных в истории телеканала: 27,1% – телепросмотров среди аудитории 14–44 лет, а рейтинг составил 7,2%. В 20 кинотеатрах страны на премьере присутствовало более 6000 человек» [Пильгун, 2015].

Исследователь анализируемого феномена Наталья Соколова говорит о трансмедийности проекта «S.T.A.L.K.E.R.». S.T.A.L.K.E.R. — это серия компьютерных игр, созданная разработчиками украинской компании GSC Game World. В игре есть черты «Зоны» из повести «Пикник на обочине» братьев Стругацких и реальной Чернобыльской зоны. «Сюжетно игра связана с многочисленными слухами и легендами Чернобыльской зоны».

Также следует отметить, что появилось большое количество других форматов, расширяющих игровой мир. В первую очередь, это литературный или «бумажный» S.T.A.L.K.E.R., большая серия книг. Кроме того, большую роль в трансмедийности данного проекта сыграл пользовательский контент. Последователи игры создали видеоканал STALKER GAME WORLD на YouTube; «по игре создано много полнометражных любительских фильмов, солидная энциклопедия, включающая базу данных по оружию, аномалиям, артефактам и т. д.; разработана серия комиксов, объявлено о создании фантастического сериала по мотивам игры в стилистике «люди в черном» [Соколова, 2015].

Таким образом, мы видим развитие и распространение трансмедийных

проектов не только за рубежом, но и среди отечественных продуктов. Однако теоретической базы, по оценкам экспертов, еще недостаточно. Термин трансмедиа, как и сам феномен, требует более глубокого осмысления в научном сообществе.

2 Проект Яндекс «1917. Свободная история»

2.1 Описание проекта

Проект Яндекс «1917. Свободная история» это документальный мультимедийный проект, соединяющий историю и современность. Он создан в 2016 году, но еще не закончен, а продолжает обновляться. Проект посвящен 100-летию революции и отражает события, происходившие в России в 1917 году, в онлайн-режиме. Как сообщают на странице самого проекта, «1917. Свободная история» создан «в рамках программы, направленной на развитие культурных и образовательных инициатив в области истории, литературы, искусства и философии», а организован в форме социальной сети (Рисунок 1).

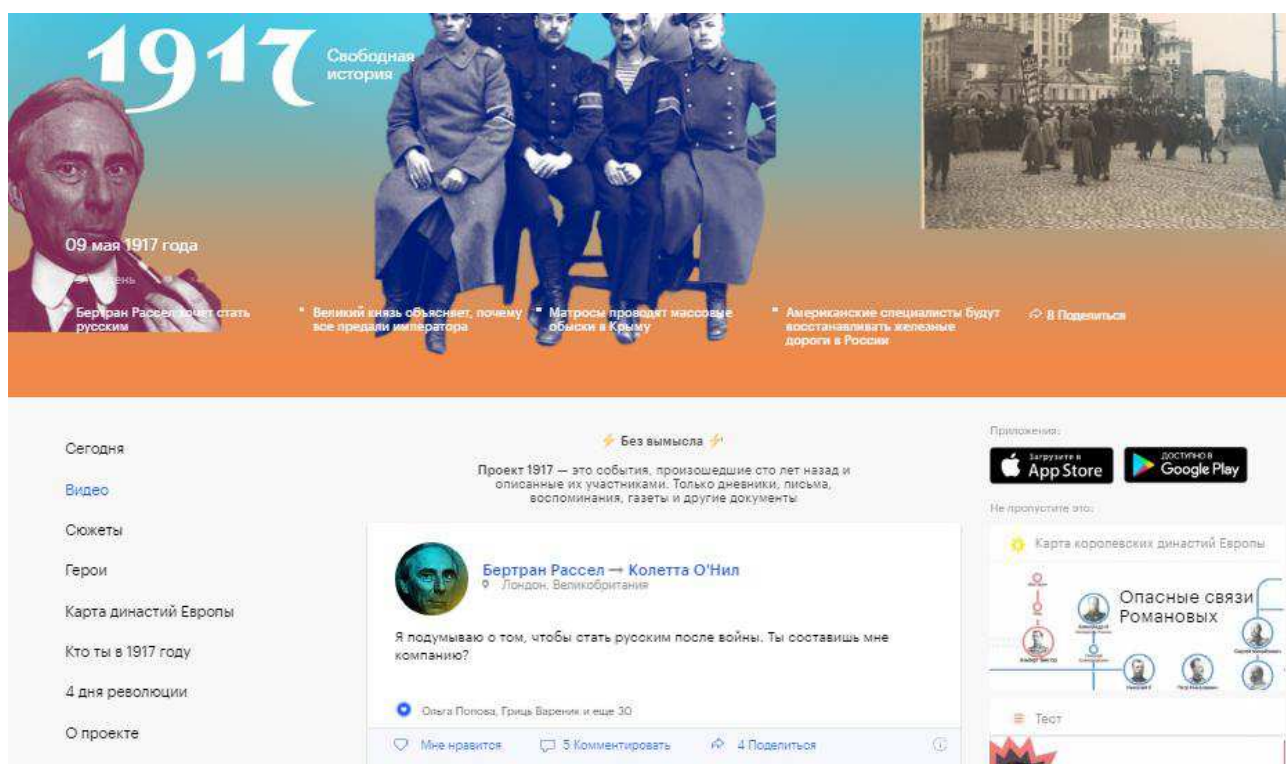


Рисунок 1 – Главная страница сайта «1917. Свободная история»

Автор идеи, основатель и главный редактор проекта – Михаил Зыгарь. Помимо него, в течение года над проектом работали более 100 журналистов и историков. Инвесторами проекта являются «Яндекс», «Сбербанк» и Фонд Дмитрия Зимина. Кроме того, Михаил Зыгарь в своем интервью «Снобу» сообщил, что проект некоммерческий: «Он образовательный. Мы все очень любим слово edutainment — развлекательное просвещение. Нам всем хочется, чтобы как можно больше людей подключалось и следило за нами» [Сноб, 2016]. Презентация проекта перед его открытием прошла в Третьяковской галерее, где можно было наблюдать инсценировки событий 1916-1917 года.

Для проекта создан отдельный сайт – социальная сеть (с тегами, лайками, геолокацией, подписчиками, возможностью самому зарегистрироваться и делиться записями, комментировать и упоминать в собственных постах), где функционируют и взаимодействуют участники событий 1917 года в реальном времени: на момент написания работы насчитывалось около 1500 героев. У каждого героя есть своя личная страница, где в онлайн-режиме публикуются записи («посты»), основанные на письмах, дневниках, воспоминаниях, публикациях из газет. Как сообщают создатели проекта, тексты сокращаются для того, «чтобы они были более читабельными, но смысл написанного и сами слова никогда не меняются». Кроме того, возле каждой записи есть ссылка на первоисточник. Записи не только документальны, но и полностью подчинены времени. Таким образом, произошедшее 100 лет назад публикуется в ту же дату по новому стилю. Аудитория словно следит за развитием событий в реальном времени. Пользователь, как и представители того времени, не может заглянуть вперед. Персонажи проекта дают возможность зрителю посмотреть на события 100-летней давности глазами очевидца.

На странице проекта авторы говорят о цели работы: «Наша главная цель — сделать историю популярной, показать многоголосие исторических персонажей максимально широкой аудитории». Автор проекта М. Зыгарь

утверждает, что проект не должен натолкнуть аудиторию на какой-то определенный вывод: «Самое последнее, чего я хочу — впарить аудитории какие-то выводы. Это сделало бы проект бессмысленным и для меня, и для аудитории. Когда ты что-то впариваешь, это сразу видно, и это невозможно замаскировать. Наша идея в противоположном. Реальность не черно-белая, она очень многомерна, и этот проект показывает, что история — это не повесть о руководителях, как обычно написано в наших учебниках: сначала страной управлял Николай II, потом Временное правительство во главе с Керенским, а потом к власти пришел Ленин». Проект лишь дает «почувствовать атмосферу того времени» [Сноб, 2016].

Проект, созданный как социальная сеть, позволяет авторам публиковать документальные записи, рассказывать историю так, как если бы события происходили в наше время. Именно так бы современные люди рассказывали о подобных событиях, но еще не подозревали к чему все приведет.

Неотъемлемой частью современного информационного пространства стали социальные сети, чем и обусловлен выбор такого формата авторами проекта. Социальная сеть – это «платформа, онлайн-сервис или веб-сайт, предназначенный для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений» [Селезнев, 2013]. Причиной популярности социальных сетей исследователи отмечают возможность «самоактуализации», выражение собственного «Я», а также что в социальных сетях отсутствует иерархия по социальному статусу, возрасту и благосостоянию пользователя [Шипицин, 2011]. Виртуальное сообщество выстраивает свои социальные связи, взаимодействует и реализуется в той или иной социальной сети. Социальные сети – это уникальный источник современности о персональных данных пользователей: публично доступны данные биографии, переписка, дневники, фото- и видео- и аудиоматериалы [Коршунов, 2014]. Именно поэтому формат организации материала социальной сети стал платформой для реализации проектов веб-документалистики, где доступно органичное воспроизведение

фактических данных. Кроме того, формат социальной сети позволяет передать информацию «от первого лица»: создать виртуальное сообщество, которое бы само рассказывало историю. По словам автора проекта, «получилась виртуальная реальность, созданная посредством симулятора социальных сетей, интернет столетней давности» [The Village, 2016].

2.1.1 Аудитория проекта

Аудитория проекта «1917. Свободная история» – это люди, которые ежедневно заходят в социальные сети. Зритель может в своей привычной среде следить за развитием событий 1917 года. Однако, как сообщают авторы проекта, на пользователей сети «ВКонтакте», которая имеет значительную аудиторию в России, они ориентируются больше. По данным «ВКонтакте» на апрель 2017 года, на сайте vk.com зарегистрировано более 380 миллионов пользователей, а более 80 миллионов посетителей заходят на сайт каждый день. Примерно 65% посетителей проживают в России, и более 59% пользователей сайта старше 25 лет [О сайте, 2016]. Кроме того, число посетителей сайта vk.com растет с каждым годом (Рисунок 2).

Именно поэтому «ВКонтакте» является партнером проекта, второй площадкой для его реализации. Часть героев имеет аккаунты не только на главном сайте проекта, но и на vk.com. «Те, у кого есть аккаунты в Facebook, смогут регулярно заходить на наш сайт, а до людей «ВКонтакте» надо еще достучаться» [Сноб, 2016].



Рисунок 2 – Динамика роста числа посетителей «ВКонтакте» [О сайте, 2016]

Кроме того, в рамках проекта публикуются не только тексты, фото-, аудио- или видеоматериалы. Также представлены различные интерактивные геймифицированные элементы (например, тесты, игры, общение с чат-ботом). Исполнительный директор проекта «1917. Свободная история» Карен Шаинян сказал в своем интервью «РБК Стиль», что «форматом соцсетей, визуальностью и «модностью» мы хотим привлечь тех, кто вообще не интересуется историей. Все эти снэпчаты и чат-боты с Распутиным направлены на задержание их внимания. А те, кто и так любит историю, придут сами» [РБК Стиль, 2016].

Таким образом, мы можем сделать вывод, что проект направлен на молодую аудиторию (15-35 лет), которая ежедневно пользуется социальными сетями, знакома с возможностями новых медиа и легко ориентируется в интернет-пространстве и не увлечены историей.

2.1.2 Структура проекта

Проект Яндекс «1917. Свободная история» создан в виде социальной сети, у которой есть своя структура. Как и сказано ранее, это отдельный сайт, где есть все составляющие современной социальной сети: теги, лайки, геолокация, подписчики, возможность самому зарегистрироваться, используя уже имеющиеся аккаунты в других социальных сетях, делиться записями, комментировать и т.д.

Главная страница проекта представляет собой новостную ленту, где можно отследить повестку дня: ежедневно на страницу выводятся записи с аккаунтов участников проекта. В левой части главной страницы указаны блоки сайта: «Сегодня», «Видео», «Сюжеты», «Герои», «Карта династий Европы», «Кто ты в 1917 году», «4 дня революции», «О проекте». Разделы периодически меняются: на старте проекта раздела «Карта династий Европы» не было. В правой части расположен блок под названием «Не пропустите это», в нем размещены актуальные интерактивные материалы проекта. Например, в апреле 2017 года авторы запустили сервис «Знакомства» по аналогии с современным Tinder, и ссылку на сервис поместили именно в этом блоке. Также в правой части главной страницы есть пункт «В этот день»: указана информация о погоде, о днях рождениях пользователей 1917 года и данные о курсе (стоимость пушнины, льна отборного, мяса парного, зерна, валюты), соответствующее определенной дате (Рисунок 3).

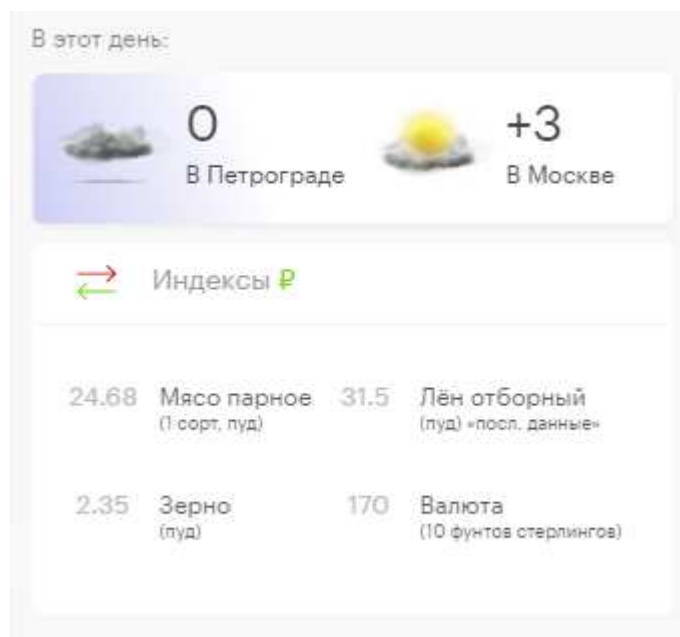


Рисунок 3 – Левый блок главной страницы

В шапке сайта расположена таймлайн, которая дает возможность увидеть публикации за определенный день. Кроме того, на сайте есть «линки» на страницы проекта в существующих социальных сетях: ВКонтакте, Facebook, Instagram, Telegram (у проекта есть свой канал), а также есть возможность оформить подписку на рассылку по электронной почте.

В марте 2017 года у проекта появились приложения для платформ Android и iOS, ссылки для скачивания размещены на главной странице.

Как и сказано выше, сайт проекта поделен на разделы, остановимся на них подробнее. Раздел «Сегодня» – это и есть главная страница сайта, которая по содержательному принципу не отличается от привычных нам социальных сетей. В разделе «Видео» представлены видеоматериалы, которые отражают события 1917 года, в формате телевизионных новостей нашего времени. Например, последний выпуск вышел с заголовком: «Последние новости Российской империи с Марианной Максимовской». Выпуск длится чуть более двух минут, рассказ ведется о событиях, произошедших 12 марта (забастовка в Петрограде, которая переросла в вооруженные выступления, результат – возникновение Временного Правительства). Выпуск построен как «Срочный»,

события изложены так, будто происходят на данный момент.

Раздел «Сюжеты» состоит из блоков событий 1917 года. Так, представлены в отдельных сюжетах следующие исторические темы:

- «Наши разногласия» (О спорах в России из-за программы лидера большевиков Ленина и его «Апрельских тезисов»);
- «Пораженцы» (Цели и перспективы войны, которая идет третий год, непонятно гражданскому населению и самой армии. В обществе скептиков и пессимистов называют «пораженцами»);
- «Апрельский кризис» (Временное правительство и Петроградский совет не могут прийти к единой позиции о необходимости войны);
- «Все люди — сестры» (Борьба за права и интересы женщин);
- «Гражданин Романов» (О жизни последнего монарха после отречения от престола);
- «Пора домой» (О возвращении на родину русских политических эмигрантов, чтобы включиться в борьбу за власть).

Это только часть сюжетов, которые освещены в разделе. Если перейти на один, то история будет представлена также в виде новостной ленты, но записи в ней будут только с тех аккаунтов, которые причастны к тем или иным событиям. В шапке каждого сюжета есть небольшое описание, список участников, и можно нажать «Читать сначала» (Рисунок 4).



Рисунок 4 – Шапка «Сюжета»

Более того, во время предпросмотра сюжетов, не переходя на саму страницу, можно заранее увидеть связи участников истории и их род деятельности (Рисунок 5).

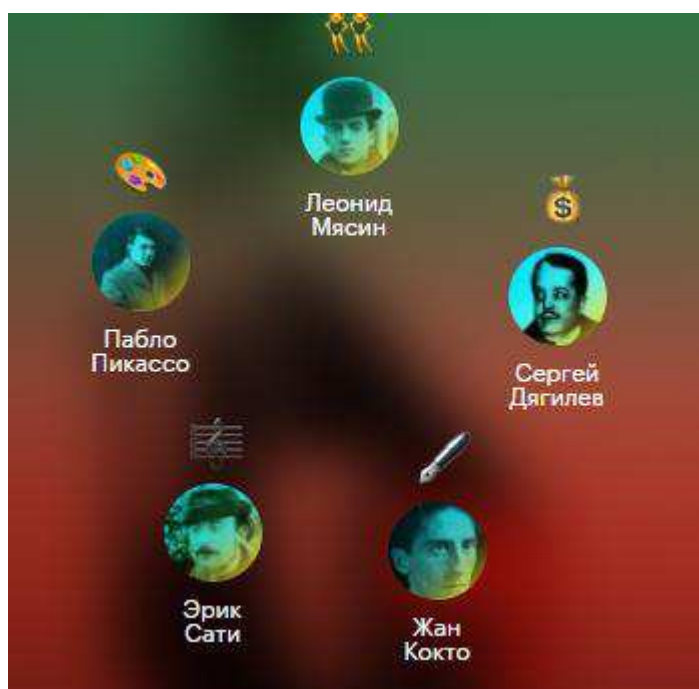


Рисунок 5 – Предпросмотр «Сюжета»

Раздел «Карта династий Европы» перенаправляет пользователя на объемную инфографику, которая иллюстрирует связи королевских династий

Европы 1917 года. Это объемный материал, где дана характеристика каждому герою. Кроме того, авторы вынесли отдельно для аудитории самые интересные связи, а династии стран поделили цветами (Великобритания – красным, Германия – оранжевым, Россия – синим, Дания и Греция – зеленым), чтобы данные были более наглядными (Рисунок 6). При выборе определенного героя пользователь может узнать подробную информацию о нем и увидеть других личностей, которые с ним связаны.

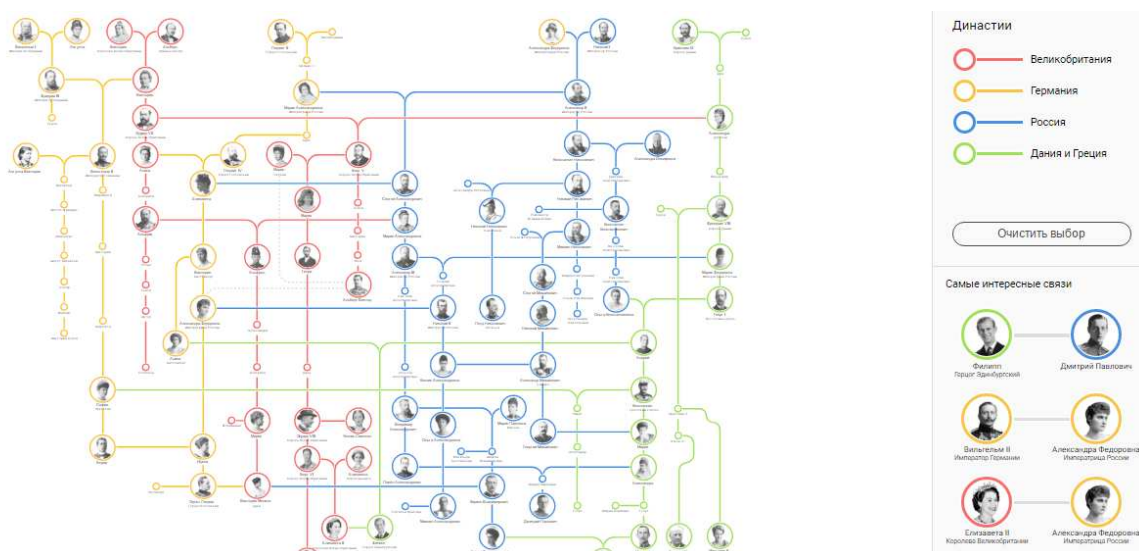


Рисунок 6 – «Карта династий Европы»

Раздел «Кто ты в 1917 году» будет рассмотрен подробно в следующем пункте настоящей работы, так как он является элементом геймификации.

Раздел «4 дня революции» — это интерактивная карта, которая иллюстрирует события 26-28 февраля (12-15 марта по н.ст.) 1917 года в стране. Пользователь может свободно перемещаться между этими датами, также есть возможность менять положение на карте, на которой отмечены места, где шли восстания. В левой части расположена лента, на нее выводятся тексты (время, геолокация, фото), соответствующие тому пункту, который выбран на карте (Рисунок 7). Пользователь имеет возможность погрузиться в события, пережить их и оценить действия в стране от лица самих участников.

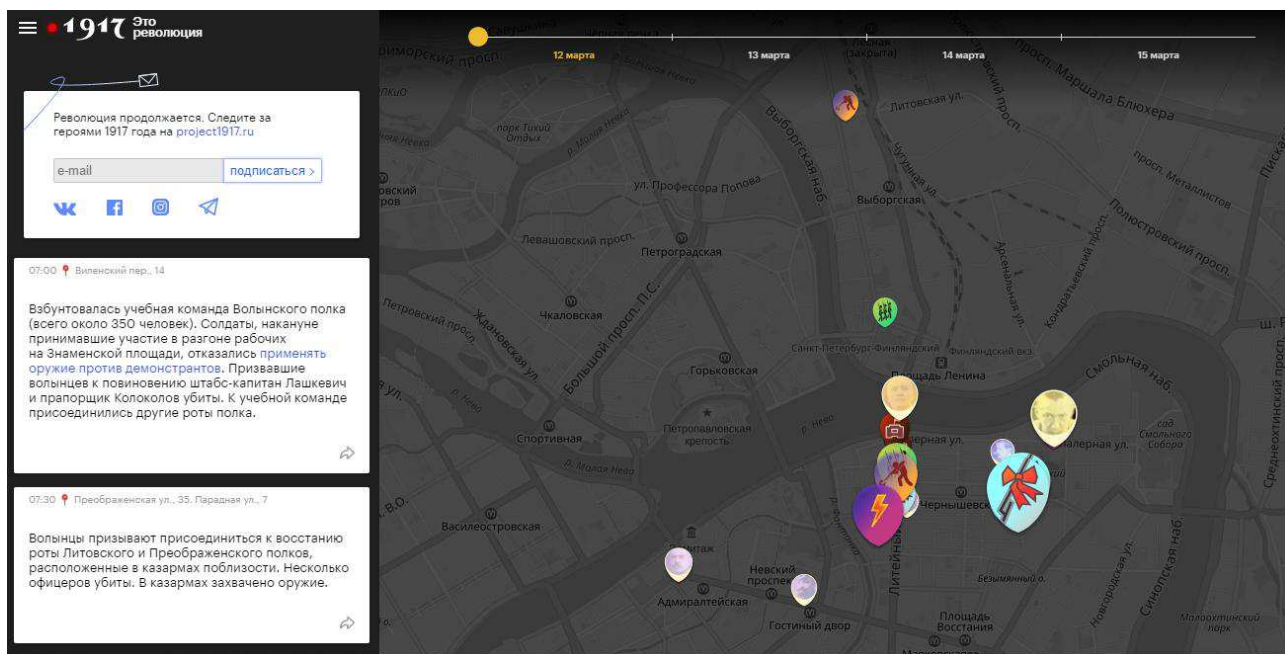


Рисунок 7 – «4 дня революции»

В разделе «Герои» в алфавитном порядке перечислены все аккаунты, которые созданы в рамках проекта. Многие герои — это знаменитости: звезды Серебряного века, танцоры балета, актеры МХАТа, известные во всем мире политики, художники. Как сообщают авторы проекта, «при выборе героев мы ориентировались прежде всего не на громкие имена, хотя и на них в том числе, а на доступность источников и их увлекательность» [The Village, 2016]. Кроме того, аккаунты созданы не только знаменитостей, но и простых людей. Например, Александр Замараев – простой крестьянин, который пишет о своих буднях: «Холодной ветер и пролетал снег. Пахал», это пост от 8 мая. В разделе «Герои» пользователь может подписаться на интересующих его личностей. Авторы ожидают, что аудитория будет выбирать любимых персонажей и следить за их судьбой, то есть каждый читатель может получить свою, персонифицированную версию истории 1917 года. Так, Николай Гумилев общается только со своей возлюбленной Ларисой Рейснер и не пишет с фронта своей жене Анне Ахматовой, из-за чего поэтесса очень страдает. «Таких сюжетных линий очень много. И за ними интересно следить, поэтому я точно знаю, что мы не столкнемся с дефицитом контента», – считает автор проекта

Михаил Зыгарь [The Village, 2016].

Кроме того, одной из важных составляющих социальных сетей являются сообщества на разную тематику. Так, создатели проекта сделали «пабликами» публицистические издания того времени (например, «Бич», «The Washington Times», «Женский вестник») и различные общественные объединения и организации («Общество художников «Бубновый валет»», «Сберегательные кассы»). На «паблики» также можно подписаться, чтобы получать их записи в собственную новостную ленту.

2.1.3 Способы вовлечения

В рамках проекта «1917. Свободная история» созданы материалы, свойственные для новых медиа, которые характеризуются интерактивностью и применением геймификации, то есть использованием «игровых элементов и техник для решения неигровых задач», «применение подходов, характерных для компьютерных игр, для неигровых процессов с целью привлечения пользователей и потребителей, повышения их вовлеченности в решение прикладных задач» [Титова, 2015]. Рассмотрим некоторые из представленных в проекте материалов.

В день запуска проекта была организована онлайн-трансляция первого заседания Государственной думы, где скандально выступил лидер думской оппозиции Павел Милюков. Такие онлайн-трансляции повторялись неоднократно, например, в прямом эфире сообщалось о главном культурном событии 1916 года — открытии выставки объединения художников «Бубновый валет» — аудитория могла посмотреть все картины, узнать, как отреагировала культурная общественность и что думали авторы и критики. Как сообщают авторы проекта, об известных заранее событиях сообщается заранее — их анонсируют, а о тех, которые происходят спонтанно, нет, но трансляция все же ведется [The Village, 2016].

Кроме того, на старте проекта функционировал чат-бот. Он отвечал на вопросы пользователей от лица влиятельного проповедника Григория Распутина. Бот оперировал только фразами популярного персонажа. Этот инструмент направлен на ту часть аудитории, которым интересна не история в чистом виде, а возможности новых медиа.

Также представлены иные популярные на сегодня формы организации контента. «Кто ты в 1917 году?» — это тест, состоящий из 13 вопросов, который определяет положение пользователя в 1917 году. Вопросы затрагивают основные характеристики, которые могут описать положение человека того времени: читали ли Библию, чем гордитесь, что боитесь, женщина ли вы и т.д. Например, если результат теста: «Вы — балерина!», то получаете следующее описание: «В 1917 году большевики конфискуют ваш особняк, вы переедете в Париж и выйдете замуж за великого князя». Кроме того, на основе результатов дается рекомендация по наиболее интересным аккаунтам (в рассмотренном варианте – Матильда Кшесинская).

Сервис «Кого вы предпочитаете» — это Tinder 1917 года. Сначала пользователю предлагается выбрать предпочтения: мужчины или женщины, затем поступают возможные варианты с фотографией, именем и возрастом предполагаемого партнера (Рисунок 8). После того, как пользователь делает выбор, появляется полное имя героя и его цитата. Например, при выборе Пабло Пикассо: «Я работаю день и ночь. У меня шестьдесят танцовщиц. Я отправляюсь спать очень поздно. Я знаю всех римских женщин», а если остановиться на Великой княжне Марии: «Жму руку, чтобы не передать насморк».



• • • •
Жан, 28



Рисунок 8 – Tinder 1917 года

Также авторы запускают игры для вовлечения аудитории. Так, 9 апреля Владимир Ленин вместе с группой российских эмигрантов отправился из Швейцарии в Петроград. Именно в этот день появляется игра «Не пусти Ленина в Россию», где пользователю предлагают изменить ход истории: необходимо задержать Ленина на границе и не пустить его в Россию. (Рисунок 9).

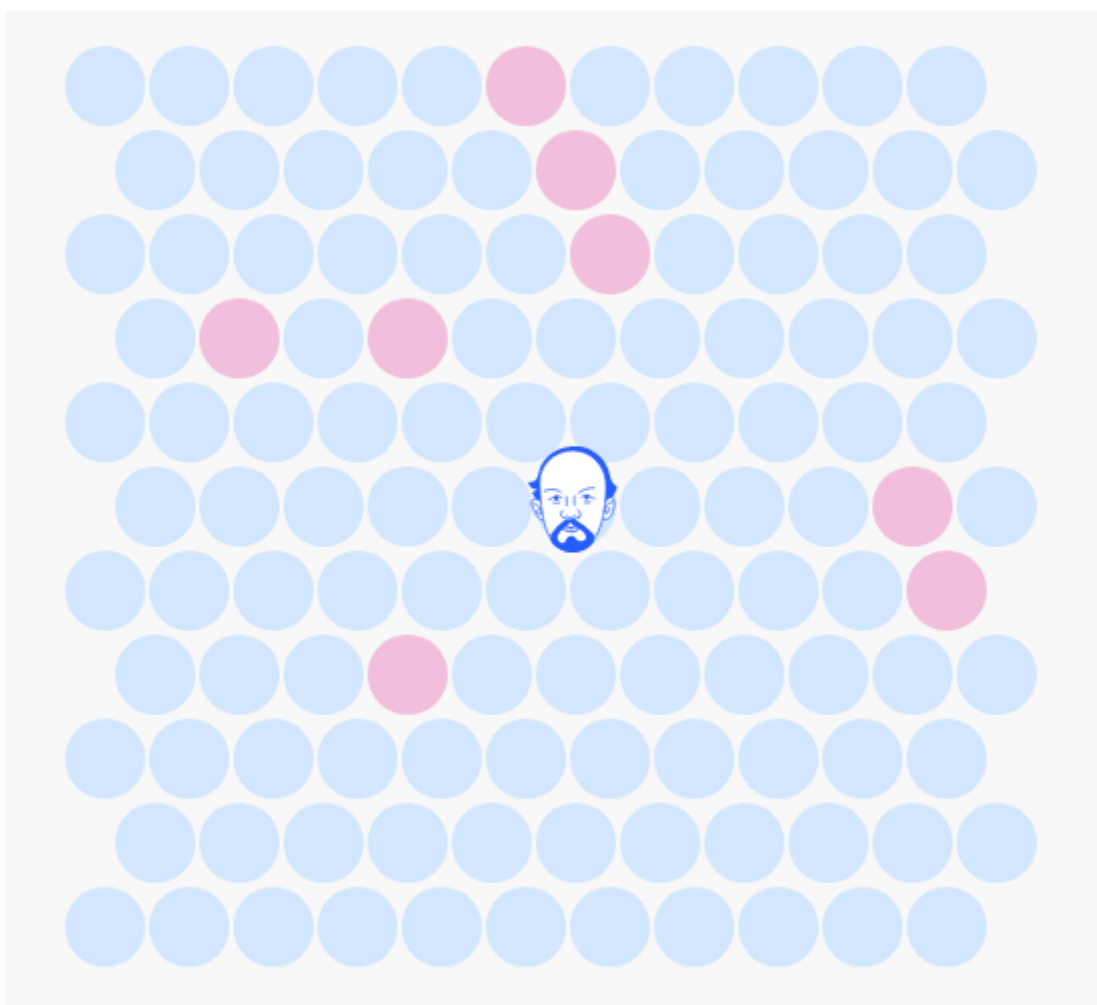


Рисунок 9 – Игра «Не пусти Ленина в Россию»

Всеми результатами в описанных материалах можно поделиться на собственной странице в имеющихся социальных сетях. Таким образом, проанализированные элементы отвечают запросу современной аудитории проекта, используя актуальные модели организации контента. Подобные форматы позволяют не только привлечь аудиторию, но и максимально вовлечь пользователя в историю проекта без отрыва от современности, так как рассказ о событиях, которые происходили 100-лет назад, строится именно так, как и актуальные материалы.

2.1.4 Функционирование проекта в действующих социальных сетях

Помимо основного сайта проекта, «1917. Свободная история» тесно

связан с социальными сетями. В «Твиттер», «ВКонтакте», в «Одноклассниках» и в Facebook можно поделиться записью на своем личном аккаунте и подписаться на страницу проекта. Однако в социальной сети «ВКонтакте», которая наиболее распространена среди российской аудитории, есть возможность следить за проектом так же, как и на основном сайте: просматривать новостную ленту не самого проекта, а записей аккаунтов участников событий 1917 года и взаимодействовать с ними в полном объеме (добавлять в друзья, писать личные сообщения и т.д.).

Кроме того, создатели проекта активно адаптируют тренды социальной сети: например, запись истории «ВКонтакте» с прикрепленными стикерами-мемами, это популярное вирусное изображение, обладающее определенным смыслом и понятное широкому кругу аудитории. (Рисунок 10)

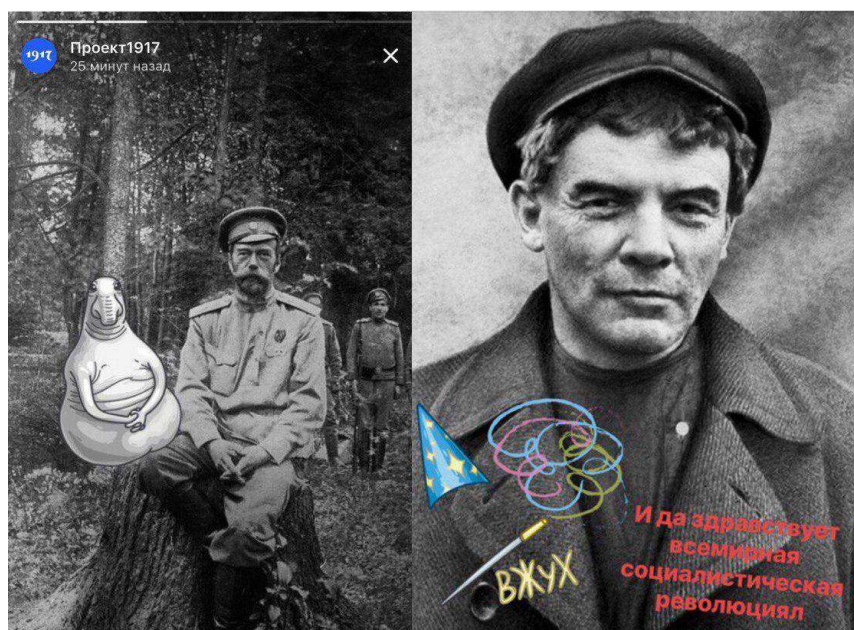


Рисунок 10 – История ВКонтакте

2.2 Платформа социальной сети

Формат социальной сети позволил создателям проекта совместить историю и современность, перенести события прошлого в наше время. Так,

аудитория проекта следит за событиями, о которых рассказывается от первого лица в режиме реального времени. Благодаря выбору такого формата пользователь может проследить связи каждого участника событий, прочитать их мысли и узнать о действиях; может сам выбрать, за каким процессом ему следить, а какой оставить без внимания.

Авторы проекта создали виртуальное сообщество, которое повторяет события прошлого в настоящем. Как и сказано выше, события публикуются в ту дату, когда они произошли сто лет назад, что позволяет аудитории «пережить» историю вместе с непосредственными ее участниками, которые пока не знают о том, что произойдет в будущем. Создан целый виртуальный мир, который существует параллельно реальности и по аналогии с ней. На аудиторию проекта производится эффект, что события происходят здесь и сейчас, что сам пользователь является очевидцем истории 1917 года.

Мы утверждаем, что виртуальная реальность, созданная проектом, отвечает характеристикам этого термина, рассмотренного в первой главе настоящей работы. Подобный проект является яркой иллюстрацией того, как появляются новые отношения с окружающей действительностью, а именно – соотношение реальности и виртуальной реальности, как стираются границы между действительностью и ее символическим отображением. Созданный мир 1917 года, как и сказано выше, только отображает события и людей того времени, но на аудиторию оказывается такой эффект, что это отображение реально. На наш взгляд, это связано с тем, что события, которые происходят сейчас, освещаются абсолютно также. Отдельным человеком история никогда не ощущается как история, она предстает как непрерывная цепь событий, имеющих большее или меньшее отношение к его жизни. И за счет того, что мы как аудитория проекта следим за повседневностью современников революции, мы тоже можем это чувствовать. За одним исключением, современному зрителю известно, чем все закончится.

Таким образом, виртуальная реальность, созданная «1917. Свободная

история», выходит за рамки собственного пространства в реальный мир человека, в его среду (в социальные сети, в которых привык функционировать современный пользователь), и взаимодействует с ним.

2.3 Трансмедийность в проекте «1917. Свободная история»

Гипотеза данной работы заключается в том, что проект Яндекс «1917. Свободная история» является трансмедийным. Для того, чтобы подтвердить или опровергнуть этот тезис, необходимо проанализировать проект на наличие особенностей трансмедийных проектов, рассмотренных в теоретической части настоящей работы.

Первой основополагающей характеристикой трансмедийных проектов по Генри Дженкинсу является расширяемость и углубляемость. Проект Яндекс действительно является таковым, так как существует на нескольких платформах. Создан сайт проекта, который «оживляет» героев событий 1917 года. Созданы аккаунты 1500 персонажей, которые функционируют в собственной виртуальной реальности. Кроме того, они могут взаимодействовать с аудиторией проекта, как это было с примером чат-бота Распутина, то есть происходит смешение реальностей.

Также созданы страницы в социальных сетях, где происходило продвижение проекта (соответствующими постами, хештэгами и т. д.), хоть он и является некоммерческим. Кроме того, постом любого аккаунта проекта можно поделиться на собственной странице: как и с сайта проекта, так и записью, которая размещена непосредственно в той или иной действующей социальной сети.

Континуальность и множественность, на наш взгляд, это главная характеристика проекта «1917. Свободная история». В проекте множество вариантов происходящего. Базовый текст для проекта — это документальные записи и дневники людей. Однако это не единый текст, а множество различных

данных из разных источников. Пользователь, то есть зритель проекта, сам решает, за чем ему следить, а от чего отказаться. Таким образом, он сам формирует новостную повестку каждого дня и, по сути, контент самого проекта для себя. Если читать аккаунты только людей искусства, то можно пропустить те события, которые переживали в то время рабочие. И подобных вариантов огромное множество. Кроме того, можно подписаться на тех героев или те страницы, которые не проживали в России 1917 года, а узнавать о волнениях внутри страны с точки зрения Запада и США.

Рассмотрим, как представители разных сфер реагировали на знаковое событие 1917 года – Февральскую революцию, которая по новому стилю произошла 12 марта. Для анализа мы взяли записи от 12 марта из нескольких аккаунтов: Владимир Маяковского (поэт-футурист), Александра Замараева (крестьянин из Вологодской Губернии), Императрицы Александры Федоровны (жена Николая II), Императора Николая II, Ольги Палей (княгиня, жена Павла Александровича), Михаила Богословского (профессор Московского университета и Московской духовной академии), Пабло Пикассо (художник) и Василия Шульгина (монархист, депутат IV Государственной Думы). Выбраны именно эти герои, так как принадлежат к разным слоям населения и по-разному относятся к событиям 1917 года.

Владимир Маяковский: «Пошел с автомобилями к Думе. Влез в кабинет Родзянки. Осмотрел Милюкова. Молчит. Но мне почему-то кажется, что он заикается. Через час надоели. Ушел. Принял на несколько дней команду Автошколой. Гучковееет. Старое офицерье по-старому расхаживает в Думе. Для меня ясно — за этим неизбежно сейчас же социалисты. Большевики. Пишу в первые же дни революции Поэтохронику «Революция».

Александр Замараев: «Возил дрова к церкви».

Императрица Александра Федоровна: «-9°. Обедала наверху с Лили. Ужасные вещи происходят в Санкт-Петербурге. Революция».

Император Николай II: «В Петрограде начались беспорядки несколько

дней тому назад; к прискорбию, в них стали принимать участие и войска. Отвратительное чувство быть так далеко и получать отрывочные нехорошие известия! Был недолго у доклада. Днем сделал прогулку по шоссе на Оршу. Погода стояла солнечная. После обеда решил ехать в Царское Село поскорее».

Ольга Палей: «Почва действительно качается у нас под ногами. Тюрмы открыты, и все беглецы из острогов становятся во главе движения. Мало-помалу полки переходят на сторону наших врагов, и в Царском Селе рассказывают, что первый стрелковый полк, расквартированный в этом городе, ушел, чтобы присоединиться к мятежникам».

Михаил Богословский: «Поездка в Академию. Удачно нашел место в трамвае. В вагоне очутился с беженцами из Бреста, вспоминавшими родной край и ругавшими москвичей. Жителей Москвы и Посада они называли «татарвой» и бранили за грубость и нехозяйственность. Самолюбие мое страдало, но я молчал, углубясь в лекцию, чтобы не мешать их излияниям. В газетах опять тревожные намеки. Невесело».

Пабло Пикассо: «Все женщины в Неаполе красивы. Здесь все очень легко».

Василий Шульгин: «Когда стало очевидно, что правительства больше нет, стало ясно и другое, что без правительства нельзя быть и часу. И что поэтому Комитету Государственной думы, к которому начали бросаться со всех сторон за указаниями, приходится взвалить на себя шапку Мономаха. Родзянко долго не решался. Он все допытывался, что это будет — бунт или не бунт?»

Представленные примеры иллюстрируют то, насколько отличались взгляды людей на происходящее, как каждый из них говорил и писал о том, что видит и чувствует. Таким образом, аудитория проекта сама для себя формирует картину происходящего в стране, в Петрограде и в целом 12 марта 1917 года в мире. При этом, эта картина формируется глазами очевидцев, пользователь воспринимает события так, как воспринимает его выбранный аккаунт героя.

Также стоит сказать об «интерпретационных схемах разных нарраторов», так как текст — это основа проекта [Леонтович, 2011]. Каждый герой, участник проекта, созданный аккаунт, интерпретирует события в тексте по-своему. Более того, каждый пользователь (аудитория проекта) вкладывает в этот текст собственное содержание. Понимание текста, по словам Леонтович, может быть только ретроспективным, то есть основываться на пережитом опыте. Таким образом, текст, который написал, например, Маяковский, сам Владимир понимал одним образом, а каждый пользователь понимает иначе, основываясь на уже те знание или представления, которые он имеет.

Более того, все участники проекта коммуницируют между собой, что создает диалогичность не только между ними, но это еще переносится на пользователя. Например, в постах используются упоминания (ссылка на другой аккаунт), герои пишут ответы на записи других персонажей и делятся ими на своей странице, ставят теги, геолокацию, используют аудио-, видео- и фотоматериалы (Рисунок 11). Эти же действия доступны самому пользователю, таким образом создается эффект причастности к описываемому обществу, то есть создается взаимопроникновение виртуального и реального миров. Также у каждого созданного аккаунта есть свой список друзей, просмотрев который пользователь получает информацию о круге общения того или иного героя.



Рисунок 11 – Посты аккаунтов проекта

Таким образом, континуальность и множественность, в понимании Дженкинса, в проекте, безусловно, есть. Мы утверждаем, что созданное виртуальное пространство является не только продолжением базового текста из-за множественности выстроенных интерпретаций, но и имеет огромное число вариантов картин мира, которые зависят непосредственно от выбора самого пользователя.

Следующей характеристикой трансмедийного проекта является погружение и экстрагируемость: проект этим обладает. Погружение и экстрагируемость является проектной характеристикой, в первую очередь, по причине того, что базовый (опорный) текст «1917. Свободная история» — это сама жизнь, события прошлого, а источники информации: дневниковые записи, документы, хроники и т.д. Таким образом, дом-музей героя 1917 года может погрузить пользователя в реалии проекта, но не иметь к нему никакого отношения. Это же касается различных фильмов, постановок, выставок, реконструкций, ролевых представлений и т.д. Например, условный пользователь может подписаться на аккаунт Максима Горького, который создан в рамках анализируемого проекта, следить за его записями, видеть события 1917 года его глазами, а затем посетить его музей-квартиру, который находится

в Москве. Более того, можно продолжить погружение, посетив постановку в театре по пьесе Горького. Если пользователь не желает на этом останавливаться, то погружение можно не заканчивать: приобретать предметы писателя и наделять их своим смыслом, ходить в места, которые посещал Горький и т.д. Кроме того, имитация социальной сети — это также попытка погружения. Онлайн-трансляции, телевизионные новости о происходящих на улицах Петрограда восстаниях с современными ведущими, — это позволяет пользователям погрузиться в реалии 1917 года так, будто все происходит на данный момент. Таким образом, проект обладает характеристикой погружения и экстрагируемости, но наделение проекта подобными свойствами не только авторская заслуга. На наш взгляд, это более интересный случай, так как пользователь сам решает, как именно он хочет продолжить погружаться в историю, в какой из многочисленных представленных вариантов в проекте, а также нужно ли ему это, ведь для погружения и экстрагируемости вне сайта проекта необходимы действия от самого пользователя.

Конструирование «мира» в проекте, безусловно, присутствует. Дженкинс вводит данную характеристику, имея в виду то, что каждая новая часть истории дополняет и расширяет существующий текст. Опорный текст проекта — история 1917 года, проект не только переводит письменный материал (документальные записи) в медийное поле, расширяя возможности для его потребления, но и создает виртуальную реальность, которая выходит за пределы собственной и взаимодействует с миром пользователя. Аудитория в своей привычной среде — в социальных сетях — сталкивается с иным виртуальным миром, миром прошлого. Это создает ощущение у пользователя, что мир проекта существует параллельно с настоящим временем. Кроме того, как и было сказано выше, проект диалогичен и интерактивен. Пользователь взаимодействует с героями 1917 года, которые ведут свои аккаунты так, как делают люди сейчас. Таким образом, проект конструирует свой собственный «мир», отражающий события прошлого, но так, как это делают в настоящем.

Именно поэтому мы утверждаем, что эта характеристика присуща проекту «1917. Свободная история».

Трансмедийная история зачастую представлена не только на различных площадках, но и поделена на главы, которые могут быть связаны между собой в хронологическом порядке, а могут и вовсе только сосуществовать в одной вселенной. Таким образом, характеристика серийности также в проекте присутствует. Во-первых, это связано с тем, что события развиваются во времени в хронологическом порядке, пользователю не дают возможности заглянуть вперед. Как и герой 1917 года, мы можем видеть только то, что происходит сегодня. Записи проекта публикуются в онлайн режиме, поэтому для того, чтобы быть в курсе происходящего, пользователю необходимо ежедневно возвращаться к просмотру проекта. Во-вторых, серийность также воплощается в проекте в том, что повествование идет от лица разных людей, с разных аккаунтов. Таким образом, пользователь может проследить несколько историй. Например, одного героя вовсе не волновало условное событие, он мог о нем и не знать, поэтому его записи никак не будут с этим связаны. Другой герой наоборот может рассказывать только об этом условном событии, не говоря ни о чем ином. Также серийность присутствует в «Сюжетах» проекта, которые рассказывают о процессах 1917 года. Они могут быть и не связаны между собой, а могут являться следствием друг друга. На основании этого мы утверждаем, что серийность как характеристика трансмедийного проекта воплощается в «1917. Свободная история».

Из-за наличия 1500 аккаунтов людей, которые рассказывают свою собственную историю, свое видение происходящего, следующая характеристика — субъективность — также присуща анализируемому проекту. Однако стоит учесть, что эта характеристика каждой в отдельности точки зрения из огромного множества представленных в проекте. Если же рассматривать их совокупность, то наличие такого числа разных мнений наоборот позволяет уйти от оценочности и субъективности. Рассмотрим пример

того, как герои отнеслись к убийству Григория Распутина, друга императорской семьи.

Лев Тихомиров (статский советник, журналист, писатель, философ): «Сейчас узнал по телефону, что Гришка Распутин убит. Подробности разноречивы. Известие, можно сказать, феноменальное, и даже не верится, чтобы такой воплощенный Сатана мог быть убитым, хотя, с другой стороны, удивительно, что его до сих пор никто не убил».

Императрица Мария Федоровна (мать Николая II): «Все так печально и может привести к очень опасным последствиям для будущего. Перед самым обедом пронесся слух, что будто бы убит Распутин. Не могу поверить, что это правда».

Владимир Короленко (писатель, публицист, редактор в «Русских записках»: «Интересно: заголовок в газете «Об убийстве Григория Распутина». Но в тексте, подчиняясь, очевидно, цензурному запрещению, нигде фамилия не названа. Вместо Распутина стоит «лицо». «Лицо» ушло из дому тогда-то. Лицо после этого не возвращалось и т.д.»).

Каждый герой описал то, что именно для него значит это убийство, каким он его видит, какую оценку дает действиям, какие видит последствия события. Таким образом, пользователь, выбрав определенный аккаунт, может узнать только одну точку зрения, но может и перейти к более развернутому изучению данного события, прочитав записи всех, кто упоминал о нем. Кроме того, у проекта есть специальный раздел «Сюжеты», о котором говорилось ранее. В нем пользователь может прочитать все записи, которые связаны с тем или иным процессом. Таким образом, пользователю нет необходимости подписываться на аккаунт и искать определенную запись среди всех, достаточно выбрать «Сюжет», где уже собраны все посты по теме. Исходя из приведенного анализа, мы утверждаем, что проекту «1917. Свободная история» свойственна субъективность, но только при рассмотрении отдельных аккаунтов, а не всего проекта в целом.

Последней характеристикой, по Дженкинсу, является перфомативность или исполнение, суть ее заключается в значимости аудитории, которая самостоятельно расширяет вселенную истории. Как уже было сказано выше, проект расширяется наличием различных других исполнений опорного текста, которые не были созданы авторами. То есть реконструкция событий 1917 года (ролевые встречи и мероприятия) не созданы аудиторией благодаря проекту. Это активность людей, которым в целом интересна история. Однако проект уже привлек такую аудиторию, которая самостоятельно создает контент. Например, игра «Не пусти Ленина в Россию», рассмотренная выше в настоящей работе, побудила пользователей сделать видео. Оно рассказывает о прохождении этой игры и опубликовано на видеохостинге YouTube. Таким образом, можно сделать вывод, что перфомативность или исполнение в проекте присутствует, но на низком уровне, так как нет массы примеров ее воплощения.

На основании применения характеристик Генри Дженкинса к проекту Яндекс «1917. Свободная история» мы утверждаем, что эта работа является трансмедийной. Выдвинутые Дженкинсом специфические особенности были обнаружены у проекта в полном объеме.

Если рассматривать анализируемый проект, применяя характеристики, выдвинутые Джеффом Гомесом, то «1917. Свободная история» также является трансмедийным. Один из тезисов исследователя заключается в том, что продвижение контента трансмедийного проекта предполагает со-участие зрителей: без этого анализируемая работа не могла бы существовать, так как она вся заключена в социальные сети, которые предполагают взаимодействие пользователей. Также Гомес утверждает, что трансмедийный проект должен описывать единую и единственную версию сконструированной вымышленной вселенной. История 1917 года или опорный текст проекта — действительно единая и единственно возможная «вселенная». Однако из-за множественности вариантов потребления контента пользователем, она может отличаться, так как события рассказываются от лица разных героев.

Таким образом, проект «1917. Свободная история» является трансмедийным. На основании проведенного исследования нами установлено, что он отвечает всем принятым характеристикам, они воплощаются в нем в полном объеме. Кроме того, мы утверждаем, что трансмедийный проект может быть создан на основе документальных источников, а не по мотивам вымышленных «миров», и представлен в формате социальной сети. Это позволяет популяризировать историю, вывести документалистику на новый уровень: сделать ее персонифицированной и адаптированной к виртуальной реальности современного мира. Проект «1917. Свободная история» — это новый формат для российского медиарынка. Впервые на понятном и доступном языке социальных сетей ведется рассказ о знаковых событиях, которые были переломными для нашей страны. Проект показывает, как серьезное содержание может вкладываться в простые формы и оставаться серьезным. Это просветительский проект, который не имеет никакой иной цели. Как и сказано ранее, авторы проекта не хотят, чтобы аудитория сделала какой-то навязанный вывод. Зритель сам решает, что ему важно узнать и понять о России тех времен. «1917. Свободная история» — некоммерческий проект, он создан только ради просвещения и популяризации истории.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Потребитель, аудитория, в наше время является не только одновременно и читателем, и слушателем, и зрителем, но и полноценным участником коммуникации. Это произошло из-за того, что технологический прогресс изменил характер поведения аудитории: каждый уже привык к тому, что может найти необходимую информацию на любой удобной для него платформе. Так, производители этого контента вынуждены подстраиваться под новые реалии современного медиарынка, расширяя каналы поставки информации. Так и появляется медиаконвергенция (стирание границ на всех уровнях в области медиа), в результате которой и возник феномен трансмедийности.

Трансмедийность (трасмедиа) — далеко не новое понятие, но получает новое осмысление в последнее время. За счет развития каналов коммуникации, появления новых форм распространения контента, появилось больше возможностей для реализации трансмедийных проектов. Однако в российском научном сообществе нет достаточного осмысления данного феномена. В настоящем исследовании была дана характеристика трансмедийного проекта, а также проанализирован проект Яндекс «1917. Свободная история». Я там был» на предмет трансмедийности.

В рамках данного исследования были выполнены следующие задачи:

- Дано определение трансмедийности. Она понимается как распространение самостоятельного контента, части которого самодостаточны и связаны одним опорным текстом, на различных медийных платформах, в результате чего создается «масштабная вселенная смыслов»;
- Выделены основные предпосылки возникновения трансмедийных проектов, а именно — медиаконвергенция, изменения медиапотребления;
- Изучена специфика трансмедийных проектов на основании характеристик Генри Дженкинса и Джеффа Гомеса;
- Проанализирована работа Яндекс «1917. Свободная история»;
- Особенности анализируемого проекта сопоставлены с известными и

общепризнанными характеристиками трансмедийных работ, выявлено, что исследуемый объект является трансмедийным.

Выполненные задачи исследования позволили достигнуть поставленной цели: изучена специфика трансмедийных проектов. Серийность, расширяемость и углубляемость, субъективность, пермормативность, континуальность и множественность, погружение и экстрагируемость, конструирование «мира», – это основные характеристики трансмедийного проекта. Безусловно, они могут быть обнаружены не все в той или иной работе, но данные особенности являются основополагающими для анализируемого феномена.

Таким образом, выдвинутая в исследовании гипотеза является подтвержденной, так как проект Яндекс «1917. Свободная история» отвечает заданным характеристикам трансмедийных проектов. Это документальный проект, созданный на платформе социальной сети, который конструирует свою виртуальную реальность. Он создает такую «вселенную», которая функционирует по аналогии с современностью, и взаимодействует с ней. Виртуальная реальность, созданная проектом, выходит за собственные рамки в повседневную среду аудитории. Из-за онлайн-режима у пользователя создается ощущение параллельности событий: тех, которые происходят сейчас, и тех, которые были 100 лет назад. Созданы 1500 аккаунтов персонажей, которые функционируют, «живут», рассказывают свою собственную историю 1917 года и даже взаимодействуют с пользователями. Кроме того, за «жизнью» персонажей можно следить не только на сайте проекта, который является основной площадкой, но и в существующих социальных сетях. Таким образом, трансмедийный проект «1917. Свободная история» является иллюстрацией того, как подобный формат может быть создан на основе документальных источников и конструировать «мир» прошлого в настоящем на платформе социальной сети. Кроме того, это просветительский некоммерческий проект: переломные и сложные события для России 1917 года рассказываются простым

языком социальных сетей. Это позволяет популяризировать историю, сделать ее общедоступной и интересной для современного пользователя.

Трансмедийные проекты еще нуждаются в дальнейшем изучении, особенно в рамках российского научного сообщества. Можно предположить, что развитие технологий, которое происходит с каждым днем все быстрее, послужит новым этапом развития подобных проектов, а соответственно и нового поля для теоретических мыслей.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Антонова, А. В. Социальная сущность веб-документалистики в рамках теории новых медиа [Электронный ресурс] / А. В. Антонова // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Социология. Политология. – 2016. – №2. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-suschnost-veb-dokumentalistiki-v-ramkah-teorii-novyh-media> (дата обращения: 19.04.2017).
- 2 Балцату, О. Трансмедиа [Сторителлинг] [Электронный ресурс] / О. Балцату // Cultlook. – 2015. – Режим доступа: http://cultlook.org/ob_transmedia.
- 3 Бодрийяр, Ж. Симулякры и симуляция [Электронный ресурс] / – Перевод О.А. Печенкина. – Тула, 2013. – 204 с. – Режим доступа: http://lit.lib.ru/p/pechenkina_o_a/jeanbaudrillard-1.shtml.
- 4 Бунтасанакул, С. Веб-документалистика: выразительный потенциал мультимедийной среды [Электронный ресурс] / С. Бунтасанакул // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). – 2013. – №4 (29). – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/veb-dokumentalistika-vyrazitelnyy-potentsial-multimediynoy-sredy>.
- 5 Бунтасанакул, С. Интерактивная документалистика: новые возможности цифровой среды и особенности деятельности режиссера [Электронный ресурс] / С. Бунтасанакул // ИСОМ. – 2014. – №3. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/interaktivnaya-dokumentalistika-novyevozmozhnosti-tsifrovoy-sredy-i-osobennosti-deyatelnosti-rezhissera>.
- 6 Гамбарато, Р. Р. Дизайн трансмедиа проектов: теоретические и аналитические аспекты [Электронный ресурс] / Р. Р. Гамбарато // Cultlook. – 2015. – Режим доступа: http://cultlook.org/irrg_transmedia_storytelling.
- 7 Глазкова, Е. А. Медиа симбиозы в экранных искусствах [Электронный ресурс] / Е. А. Глазкова // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. – 2016. – №3 (28). – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/mediasimbiozy-v-ekrannyh-iskusstvah>.
- 8 Гусарова, Ю. «Я не хочу впарить какие-то выводы». Михаил Зыгарь

о проекте «1917. Свободная история» [Электронный ресурс] / Ю. Гусарова // Сноб. – 2016. – Режим доступа: <https://snob.ru/selected/entry/116494>.

9 Дворецкая, О. В. Виртуальная реальность и симулякры [Электронный ресурс] / О. В. Дворецкая // Вестник Башкирск. ун-та. – 2009. – №4. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/virtualnaya-realnost-i-simulyakry>.

10 Делез, Ж. Логика смысла / Пер. с фр. Я.И. Свирского. – М.: Академический проект, 2011. – 472 с.

11 Елхова, О. И. Виртуальная реальность коммуникации [Электронный ресурс] / О. И. Елхова // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. – 2010. – №137. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/virtualnaya-realnost-kommunikatsii> (дата обращения: 06.05.2017).

12 Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные [Электронный ресурс] // под ред. А. Г. Качкаевой. – Москва, 2010. – 200 с. – Режим доступа: www.newsman.tsu.ru/wp-content/uploads/2014/02/Журналистика-и-конвергенция.pdf.

13 Закирова, Т. В., Кашин, В. В. Концепция виртуальной реальности Жана Бодрийера [Электронный ресурс] / Т. В. Закирова, В. В. Кашин // Вестник ОГУ. – 2012. – №7 (143). – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-virtualnoy-realnosti-zhana-bodriyuara>.

14 Коршунов, А. Анализ социальных сетей: методы и приложения [Электронный ресурс] / А. Коршунов, И. Белобородов, Н. Бузун, В. Аванесов [и др.]. // Труды ИСП РАН. – 2014. – №1. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/analiz-sotsialnyh-setey-metody-i-prilozheniya>.

15 Кушук, В. Как в будущем изменятся измерения аудитории [Электронный ресурс] / В. Кушук // Журналист. – 2016. – №3. – Режим доступа: <http://mediatoolbox.ru/blog/page/3/>.

16 Леонтович, О. А. Методы коммуникативных исследований / О.А. Леонтович // Москва: Гнозис, 2011. – 224 с.

17 Лобанков, И. Д. Современные концепции виртуальной реальности [Электронный ресурс] / И. Д. Лобанков // Вестник ПАГС. – 2015. – №1 (46). – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-kontseptsii-virtualnoy-realnosti>.

18 Мельник, Г. С. Медиатекст как объект лингвистических исследований [Электронный ресурс] / Г. С. Мельник // Журналистский ежегодник. – 2012. – №1. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/mediatekst-kak-obekt-lingvisticheskikh-issledovaniy>.

19 Михаил Зыгарь запустил «сетевой сериал» о революциях 1917 года [Электронный ресурс] // Meduza. – 2016. – Режим доступа: <https://meduza.io/news/2016/11/14/mihail-zygar-zapustil-setevoy-serial-o-revolyuitsiyah-1917-goda>.

20 Мосалова, Г. Продвижение истории через историю: трансмедийные проекты для ТВ [Электронный ресурс] / Г. Мосалова // Cossa. – 2014. – Режим доступа: <http://www.cossa.ru/152/93709/>.

21 Новикова, А., Курманаева, А. Революция в сети: в Рунете запущен «Проект 1917» [Электронный ресурс] / А. Новикова, А. Курманаева // РБК Стиль. – 2016. – Режим доступа: <http://style.rbc.ru/view/events/582af64d9a79472f266b7450>.

22 О сайте. Аудитория "ВКонтакте" [Электронный ресурс] // ВКонтакте. — Режим доступа: https://vk.com/page-47200925_44240810.

23 Огурцов, А. П. Симулякр [Электронный ресурс] // Новая философская энциклопедия: в 4 т./ Ин-т философии РАН; Нац. обществ. - науч. фонд; Предс. научно-ред. совета В.С. Степин. – М.: Мысль, 2000-2001. — Режим доступа: <http://iphlib.ru/greenstone3/library/collection/newphilenc/document/HASHe582c0684b9932e2c8eae5>.

24 Олешко, Е. В. Конвергентная журналистика: Профессиональная культура субъектов информационной деятельности [Электронный ресурс] / Е.

В. Олешко // науч. ред. Б. Н. Лозовский; Министерство образования и науки Российской Федерации, Уральский федеральный университет. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2015. – 128 с. – Режим доступа: http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/36054/1/978-5-7996-1470-6_2015.pdf.

25 Павперов, А. Вне фокуса: как меняется чтение в цифровую эпоху [Электронный ресурс] / А. Павперов // АфишаDaily. – 2015. – Режим доступа: <http://daily.afisha.ru/archive/vozduh/technology/reading-in-digital-age/>.

26 Пильгун, М. А. Transmedia Storytelling: перспективы развития медиатекста [Электронный ресурс] / М. А. Пильгун // Медиаскоп. – 2015. – №3. – Режим доступа: <http://mediascope.ru/node/1773>.

27 Платон // Новая философская энциклопедия: в 4 т. / Ин-т философии РАН; Нац. обществ. - науч. фонд; Предс. научно-ред. совета В. С. Степин. – М.: Мысль, 2000–2001.

28 Сафонова, К. Михаил Зыгарь — о том, как устроен проект «1917. Свободная история» [Электронный ресурс] / К. Сафонова // The Village. – 2016. – Режим доступа: <http://www.the-village.ru/village/weekend/weekendkomment/250333-proekt-1917>.

29 Селезнев, Р. С., Скрипак, Е. И. Социальные сети как феномен информационного общества и специфика социальных связей в их среде [Электронный ресурс] / Р. С. Селезнев, Е. И. Скрипак // Вестник КемГУ. – 2013. – №2 (54). – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-kak-fenomen-informatsionnogo-obschestva-i-spetsifika-sotsialnyh-svyazey-v-ih-srede>.

30 Соколова, Н. Л. Популярная культура в эпоху "новых" медиа: социальный анализ культурных практик [Электронный ресурс] / Н. Л. Соколова // Самара. – 2010. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/populyarnaya-kultura-v-epokhu-novykh-media-sotsialnyi-analiz-kulturnykh-praktik>.

31 Соколова, Н. Л. Трансмедиа и «интерпретативные сообщества»

[Электронный ресурс] / Н. Л. Соколова // Культурная история медиа. – 2011. – №3 (4). – Режим доступа: [http://www.culturalresearch.ru/files/open_issues/03_2011/IJCR_03\(4\)_2011_Sokolova.pdf](http://www.culturalresearch.ru/files/open_issues/03_2011/IJCR_03(4)_2011_Sokolova.pdf).

32 Спиридонов, М. Человек будет действовать во множестве реальностей, которые сольются в одну игру [Электронный ресурс] / М. Спиридонов // Forbes. – 2012. – Режим доступа: <http://www.forbes.ru/tehnopinion/internet-i-telekommunikatsii/80732-chelovek-budet-deistvovat-vo-mnozhestve-realnostei->.

33 Сумская, А. С. Теоретико-методологические основания продюсирования трансмедийных проектов [Электронный ресурс] / А. С. Сумская // Вестник Челябинского государственного университета. – 2015. – №5 (360). – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/teoretiko-metodologicheskie-osnovaniya-prodyusirovaniya-transmediynyh-proektov>.

34 Титова, В. Н. Геймификация в медиа: признаки геймифицированного продукта [Электронный ресурс] / В. Н. Титова // Журналистский ежегодник. – 2015. – №4. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/geymifikatsiya-v-media-priznaki-geymifitsirovannogo-produkta>.

35 Чернавский, А. С. Особенности современного медиапотребления и феномен новых медиа [Электронный ресурс] / А. С. Чернавский // Власть. – 2015. – №7. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-sovremennogo-mediapotrebleniya-i-fenomen-novyh-media>.

36 Шевченко, В. Э. Визуальные коммуникации: тенденции форм и технологий передачи информации [Электронный ресурс] / В. Э. Шевченко // Вестник Челябинского государственного университета. – 2015. – №5 (360). – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/vizualnye-kommunikatsii-tendentsii-form-i-tehnologiy-peredachi-informatsii>.

37 Шевченко, В. Э. Теоретические основы визуальной коммуникации

[Электронный ресурс] / В. Э. Шевченко // Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки. – 2013. – №20. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-osnovy-vizualnoy-kommunikatsii>.

38 Шилина, М. Г. Data Journalism – дата-журналистика, журналистика метаданных – в структуре медиакommunikации: к вопросу формирования теоретических исследовательских подходов [Электронный ресурс] / М. Г. Шилина // Медиаскоп. – 2013. – №1. – Режим доступа: <http://mediascope.ru/node/1263>.

39 Шипицин, А. И. Феномен социальных сетей в современной культуре [Электронный ресурс] / А. И. Шипицин // Известия ВГПУ. – 2011. – №3. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-sotsialnyh-setey-v-sovremennoy-kulture>.

40 Jenkins H. Transmedia 202: Further Reflections. 2011. – URL: http://henryjenkins.org/2011/08/defining_transmedia_further_re.html.

41 Jenkins H. Transmedia Storytelling // Confessions of an Aca-Fan: Official Weblog of H. Jenkins. – 2007. – URL: http://www.henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html.

42 Kinder, Marsha. Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles. Berkeley: University

17

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»





Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра журналистики



БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

42.03.02 Журналистика

«1917. СВОБОДНАЯ ИСТОРИЯ» КАК ТРАНСМЕДИЙНЫЙ ПРОЕКТ

Руководитель	 14.08.17 ст. преподаватель	Устюжанина Д.А.
Выпускник		Дюбанова М.М.
Консультант	 14.06.17 к. филос. наук	Зорин К.А.
Нормоконтролер	 10.06.17 ст. преподаватель	Богуславская О.В.

Красноярск 2017