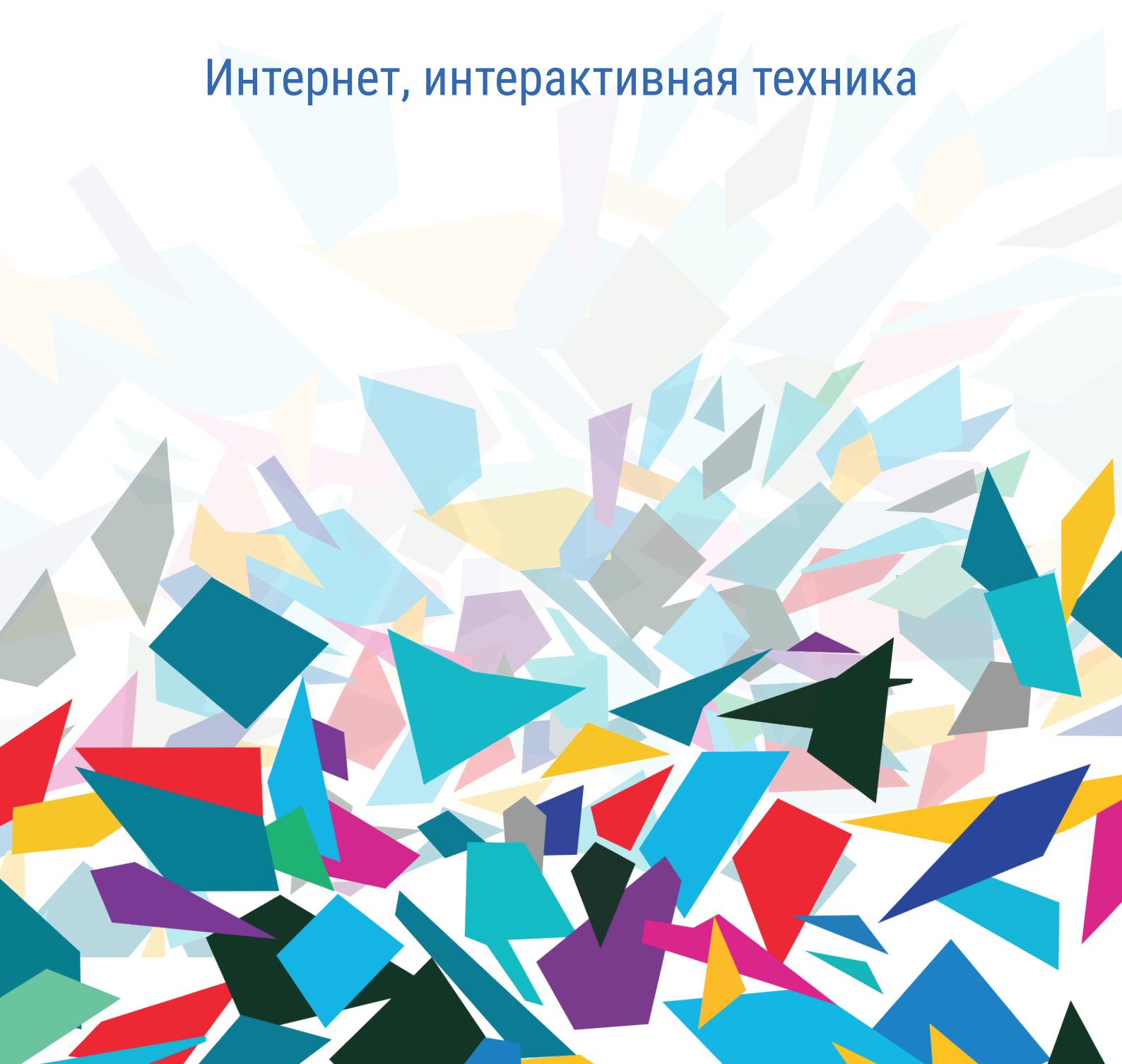




КАК ПИСАТЬ ДЛЯ ТВ, РАДИО И НОВЫХ МЕДИА

Интернет, интерактивная техника





Книга: Как писать для тв, радио и новых медиа

Лекция: Интернет, интерактивная техника

Автор лекции: Камила Жусупова

Цель: В этой лекции речь пойдет об основах производства текстов для интернет-медиа. О том, какие технологические аспекты нужно учитывать при подготовке подобных текстов.

Основные идеи

Ключевой особенностью интернета является его способность быть интерактивным.

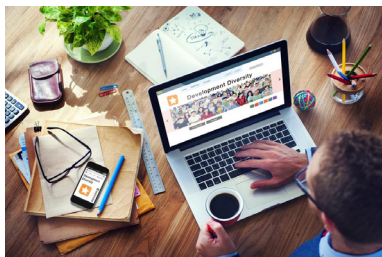
Это прямая связь между тем, кто доставляет информацию, и тем, кто ее получает. Интерактивность предполагает использование мультимедийных возможностей интернета. Это не только сочетание звука и видео, но также живое действие в онлайн, управление звуком, разнообразие статичных фотографий, диаграмм и графики, текстов и анимации, а также прямые эфиры и многое другое.

Ранее этот вид интерактивности требовал большого количества оборудования и участия технических специалистов. Теперь автор может выполнять все эти действия самостоятельно или с помощью небольшой веб-группы, просто щелкая по кнопкам, добавляя видео-комментарии или гиперссылки на сторонний контент.

Но интерактивность требует большого количества переменных в письменной форме. Автор представляет информацию, идеи и эмоциональную стимуляцию в виде ссылок. Один элемент связан с другим с учетом интересов отдельно взятого члена аудитории.

И автор, и аудитория в интернете должны обладать гибкостью.

Автор должен подготовить практически неограниченную серию вариантов для аудитории, конкретные варианты выбора, которые аудитория может сделать, что, в свою очередь, повлияет на следующий элемент в цепочке.



В большей степени, чем в других средствах массовой информации, автор должен как предвидеть реакцию отдельных членов аудитории, так и противодействовать им и разрабатывать продукт, который будет направлять аудиторию к тем вариантам, которые, по мнению автора, и должны вести к цели программы или сценария.

Вместо представления материала в традиционной манере — поэтапной логической линейной прогрессии — автор киберпространства находится в центре творческой противоположности, способной достичь бесконечности пространства и времени, чтобы интегрировать ограниченное количество идей, концепций, впечатлений, информации, аудио- и визуальных материалов, а также эмоциональных и интеллектуальных стимулов в любой форме, в интерактивном или неинтерактивном режиме.

И автор, и рецептор должны обладать полной гибкостью. Компьютер, смартфон или планшет позволяют получателю информации мешать и сопоставлять ее и делать выбор. Таким образом, поскольку сам интернет-процесс доминирует над контентом, изречение Маршалла Маклюэна о том, что «средство коммуникации это и есть сообщение», приобретает дополнительный смысл.

Слово «гипертекст» часто ассоциируется с созданием/написанием материала для интернета.

Говоря простым языком, гипертекст относится к передаче наших мыслей ближе к тому, как мы думаем — многие идеи, многие точки зрения проникают в наши умы почти одновременно, и далеко не в логической последовательности, чтобы можно было сделать их понятными через линейный способ общения. Гипертекстовая или интерактивная способность интернета означает то, что мы можем представить совокупность стимулов практически сразу, с помощью различных мультимедиа-инструментов, обеспечивающих получателю — то есть аудитории — множество видов информации.

Автор драмы, например, может предоставить получателю информации возможность увидеть



Книга: Как писать для тв, радио и новых медиа

Лекция: Интернет, интерактивная техника

Автор лекции: Камила Жусупова

разворачивание сюжета глазами любого или всех персонажей, причем сюжет будет одновременно развиваться в зависимости от психики его персонажей. Аудитория может выбирать прочтение материала в любой комбинации. Например, просматривая исторический документальный фильм о террористических атаках 2001 года на Всемирный торговый центр и Пентагон, интернет-аудитория может в любой момент отойти от линейного повествования, чтобы получить дополнительную информацию в документах об Аль-Каиде, о предупреждении о возможной атаке, о реакции администрации Буша; посмотреть дополнительные фотографии или прочитать историю о террористах, в том числе об их семьях и домах, информацию об Усаме бен Ладене. Иными словами, у онлайн-читателя есть возможность в любой момент получить дополнительную углубленную информацию о любых событиях, так как он находится в центре гигантской бесконечной сети.

Адаптация всех текстов для киберпространства.

Учитывая все форматы, перед писателем стоит задача — адаптировать методы письма для традиционного телевидения, радио или кино к написанию форматов для киберпространства. Пройдет совсем немного времени, и почти все программы, которые сейчас транслируются по радио или телевидению, будут доступны через компьютер или мини-ресивер, будь то мобильный телефон или планшет.

Хотя разные авторы используют разные процессы для подготовки материала для интернет-СМИ, один из часто используемых подходов заключается в создании таблицы последовательностей, плана.

Но вместо того, чтобы переходить от блока к блоку или переходить от одного шага ко второму шагу в логической линейной форме подготовки текста, как только один элемент помещается в блок, все возможные ссылки на материал, относящиеся к этому элементу, связываются стрелками из одного текстового блока с другими. Каждая ссылка может состоять из любой комбинации традиционных инструментов средств массовой информации, включая текст, диаграммы и графики, анимацию, видео, аудио, фотографии и другой контент. Для большинства авторов эти варианты кажутся большим бременем, особенно для тех, кто может создавать слова, но не может создавать рисунки. Но доступное программное обеспечение позволяет вставлять любые виды визуальных материалов, музыку, рисунки, аудио и другие нетекстовые формы, в монохромном или цветном варианте, в любое место в любой форме. Кроме того, вы можете предоставить инструкции читателю на любом этапе — перейти вперед, вернуться назад, щелкнуть здесь для ссылки, щелкнуть для визуального элемента и так далее.

Особенности работы автора в интернете.

Правда, творческому писателю, который перестраивается на работу в таком формате, может быть сложно сразу определить механические требования для полной интерактивности аудитории, размещения гиперссылок, добавления всплывающих окон или боковых панелей, учесть элементы прокрутки и другие процедуры, чтобы научиться включать технические указания как часть интерактивного процесса «писатель-читатель». Это своего рода предоставление стимулов для большего изучения материала. Первый, наиболее очевидный стимул — это момент, когда материал уже отображается на экране. Второй уровень стимулов — когда читатель перемещает, кликает на установленные ссылки, изображения или следует другим указаниям автора, чтобы перемещаться по так называемым горячим областям экрана. Третий уровень достигается, когда читатель делает сознательный выбор среди альтернатив, которые вы предоставляете, выбирая конкретную иконку для намеренного поиска интерактивных стимулов. Понимая этот процесс, автор материала сохраняет контроль над восприятием аудитории, даже предоставляя ей гибкость, давая возможность выходить за рамки того, что читателю кажется очевидным на экране, для поиска дополнительных стимулов, представляющих личный интерес и важность.

При подготовке визуальной части нужно учитывать ограниченную область просмотра монитора компьютера, планшета или iPhone по сравнению со средним экраном телевизора. Область просмотра небольшая. Необходимо избегать плохого разрешения визуальных материалов, а также ночных сцен или сцен в темных или слабо освещенных условиях.





Книга: Как писать для тв, радио и новых медиа

Лекция: Интернет, интерактивная техника

Автор лекции: Камила Жусупова

Необходимо учитывать ограничения в движении, количестве персонажей и используемых источников звука.

Еще один важный фактор — это продолжительность внимания человека, получающего информацию через экран компьютера или мобильного устройства. Она может быть намного короче, чем продолжительность внимания у человека, сидящего в кресле перед телевизором с большим экраном. Поэтому сцены и сама программа в целом иногда должны быть короче, чем те, которые можно было бы создать для телевидения и, тем более, для киноэкрана. Также рекомендуется делать акцент на крупных планах, где это возможно, на понятном, четком диалоге, на минимальном движении исполнителей, на краткости, на четком обозначении начала и конца.

Сжатие видео приводит к потере детализации текста с движущимися изображениями на заднем фоне. Это отсутствие глубины на экране компьютера ограничивает виды фоновых действий или информации и переходов, которые приняты на телевидении. Например, у вас может быть драматическая сцена с банковским охранником на переднем плане и грабителем банка, размахивающим пистолетом перед кассиром на заднем плане. В фильмах и на телевидении это легко сработало бы. Но в интернете фоновые рисунки выглядят несколько нечеткими. Технологии, конечно, улучшают эту ситуацию.

Эрик Джонстон, президент Pangea Multimedia Communications Corporation из Бостона, штат Массачусетс, написал исчерпывающий очерк о событиях в области средств массовой информации и их применении к онлайн-видео «Это уже не просто телевидение ...» («It Isn't Just Television Any More...»). Вот некоторые выдержки:

«Телевидение теперь не просто телевидение».

«Независимо от того, для какой технологической медиасреды вы пишете, сосредоточьтесь на ее положительных аспектах и используйте их в меру своих способностей и возможностей.

Когда мы рассматриваем вопрос о стратегиях и методах письма для различных форм СМИ, мы больше не можем просто сосредоточиться на аудитории и послании. Мир изменился. Телевидение теперь не просто телевидение. Мы больше не создаем сообщения от одного ко многим. Несмотря на то, что у нас по-прежнему есть некоторые варианты относительно того, предоставлять ли элементы мультимедиа или интерактивные параметры, мы больше не можем выбирать, следует ли нам быть в социальных сетях или нет. Социальные медиа интегрированы повсеместно. Изменилось то, как аудитория взаимодействует с нашим контентом.



Среда изменилась. Возможно, сейчас, более чем когда-либо, новый носитель — это сообщение или, по крайней мере, сигнал к пробуждению, который мы, как общество, должны рассмотреть. Каким образом телевидение, просмотр телевизора и новые технологии влияют на аудиторию, ценности, сообщества?

Роль аудитории изменилась, зрители больше не являются пассивными получателями. Наша роль производителей и писателей, программистов и даже политиков также должна измениться.

Среда изменилась. Возможно, сейчас, более чем когда-либо, новый носитель — это сообщение или, по крайней мере, сигнал к пробуждению, который мы, как общество, должны рассмотреть. Каким образом телевидение, просмотр телевизора и новые технологии влияют на аудиторию, ценности, сообщества?

Роль аудитории изменилась, зрители больше не являются пассивными получателями. Наша роль производителей и писателей, программистов и даже политиков также должна измениться. Слишком легко увязнуть в изменениях и использовании технологий ради технологий, потому что у многих из нас есть огромное желание экспериментировать с технологией.

В обыденной жизни большинство людей, включая детей, сегодня имеют мобильные телефоны со встроенными камерами. Это позволяет многим записывать видео высокой четкости. С относительно небольшим опытом или обучением ученик начальной школы может редактировать это видео прямо в телефоне.



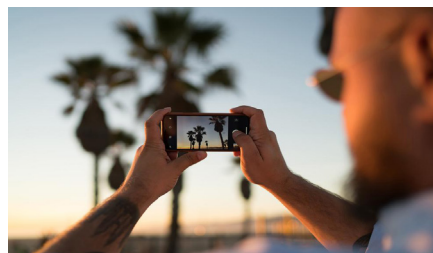
Книга: Как писать для ТВ, радио и новых медиа

Лекция: Интернет, интерактивная техника

Автор лекции: Камила Жусупова

В то же время онлайн-сервисы потокового видео пытаются создать свою собственную базу участников, сохранить зрителей в качестве подписчиков и привлечь новых пользователей. Реклама тоже переместилась на новые каналы. И современные методы доставки рекламы могут быть даже более агрессивными, чем в мире традиционного вещания — она более длительна, таргетирована, даже навязчива, без какой-либо регулируемой частоты.

Зрители интернет-СМИ могут быть вынуждены пересматривать одно и то же объявление или, по крайней мере, первые несколько секунд одного и того же объявления каждый раз, когда они запускают, приостанавливают или повторно смотрят не только медиаклип, но и веб-сайт. Хотя такая практика может в конечном итоге измениться из-за потери зрителей, в настоящий момент наблюдается избыточность и агрессивное размещение рекламы, считают эксперты.



Возможность создавать свой собственный канал для размещения своего контента.

Одной из интересных особенностей онлайн-видеоуслуг, предоставляемых продюсерам, является возможность создавать свой собственный канал для размещения своего контента. И уже давно стало понятно, что пользователи таких каналов имеют гораздо больше инструментов для привлечения зрителей, создания различных форматов контента или для использования других возможностей социальных сетей. Интернет, веб-телевидение и IP-технологии открыли множество дополнительных возможностей, которые нельзя игнорировать.

Мир переходит в среду с множеством конкурирующих методов доставки контента, с множеством разных и не обязательно совместимых форматов, множеством разных проигрывателей видео, несовместимых платных многоканальных систем доставки, появляется большее количество вещательных сетей, специализирующихся на конкретном контенте или предназначенных для определенных групп зрителей, а ослабление традиционных вещательных сетей продолжается.

Как будут развиваться интернет-медиа в будущем.

Растущее число специализированных каналов, вероятно, приведет к тому, что контент будет ограничен конкретными каналами и даже конкретными носителями, то есть пользователи будут покупать определенные устройства, чтобы им удобнее было получать контент, или будут платить за определенные каналы в зависимости от типа контента, к которому они хотят иметь доступ. Для зрителей, заинтересованных в информации, представляющей различные точки зрения, возможно, подписки на одну систему будет недостаточно. Такие зрители уже не смогут просто переключать каналы, как раньше; вместо этого им, возможно, придется подписаться на разных операторов и, возможно, даже купить разные устройства.

Twitter, FaceBook, а также множество других социальных сетей предоставляют основу для параллельных обсуждений и, как правило, интегрируются в веб-сайты и приложения. Ранее пользователям приходилось переходить на соответствующую веб-страницу или канал, чтобы участвовать в определенном обсуждении, касающемся контекста, который они могут просматривать, или вещатель предоставлял ссылку на страницу, связанную с этим контентом, чтобы направить зрителей в соответствующий чат или блог. Теперь все синхронизируется с соответствующим контентом.

Все это придает новое значение носимым технологиям – wearable technology, не говоря уже об экранах, прозрачных дисплеях на лобовых стеклах автомобилей, окнах, стеклах и множестве других вещей, которые подтверждают, что способы доставки и получения информации постоянно меняются.

В результате появятся новые дисплеи, миниатюрные носимые камеры, рекордеры и беспроводные устройства.

Появятся новые способы записи, просмотра и взаимодействия со средствами массовой информации, а также новые способы взаимодействия друг с другом. Дистанционные датчики в игровом мире в сочетании с носимой технологией и гибкие, легкие и прозрачные экраны — всего лишь верхушка айсберга. Суть в том, что продюсеры и писатели должны подумать о том, когда и каким образом привлекать аудиторию, исследуя, тестируя и разрабатывая новые методы привлечения и удержания аудитории с помощью



Книга: Как писать для тв, радио и новых медиа

Лекция: Интернет, интерактивная техника

Автор лекции: Камила Жусупова

всех этих инструментов. Мы больше не говорим об обычном видео на экранах. Мы говорим о мире, в котором каждый зритель является участником действия на экранах, каждый может внести свой вклад в дискуссию, потенциально влияя на сюжетную линию или взаимодействуя с персонажами или изменяя сроки. В краткосрочной перспективе зрители могут продолжать варьироваться от тех, кто будет смотреть программы несколько минут во время ожидания в очереди, до тех, кто будет сидеть и смотреть каждый эпизод серии от начала до конца; трансформация наступает. Мир СМИ быстро меняется, и существует огромная потребность в качестве привлечения интерактивного мультимедийного программирования, которое соответствует тому, как зритель взаимодействует с этой конкретной средой.

Количество программ, разнообразие каналов, производственных процессов и технологий, количество и типы носителей, количество способов доставки и отображения данных – все это резко возросло, равно как и количество способов, которыми мы можем взаимодействовать с этим контентом и вокруг него. Потребность в свежем контенте во всем мире растет. Вопрос только в том, откуда будет поступать контент, нужно ли будет за него платить, кто будет его контролировать, и смогут ли потребители получить к нему доступ.

Авторы, писатели и изготовители медиапродуктов всегда должны стремиться делать то, что правильно.

Чтобы использовать эти мощные инструменты для передачи знаний и понимания, необходимых будущим поколениям не только для счастливой, здоровой, продуктивной, но и значимой жизни. Создатели контента не должны забывать, что они несут ответственность перед аудиторией и обществом.

Предвзятые новости, контроль с целью поддержки определенного набора убеждений, маркетинговые кампании, проводимые как новостные мероприятия — все это далеко от общественных интересов.

Эрик Джонстон призывает: «Нужно задуматься, используются ли средства массовой информации, технологии и экранное время, чтобы помочь привить в обществе соответствующие ценности, уроки и мораль, или это просто гонка за деньгами? Необходимо использовать медиатехнологии, чтобы продвигать общество вперед, обучать, информировать и побуждать всех к участию в жизни, демократии, общественной активности или для защиты окружающей среды. Все это должно быть направлено на то, чтобы сделать этот мир лучше».

Основные термины: интернет-медиа, интерактивность, веб-группа, гиперссылки, гипертекст, онлайн-читатель, киберпространство, продолжительность внимания, медиасреда, онлайн-сервисы, веб-телевидение, IP-технологии, носимые технологии – wearable technology, медиатехнологии.

Список рекомендуемой дополнительной литературы

1. Памела Дуглас «Искусство сериала: Как стать успешным автором на TV»
2. Джордж Пирс Бейкер «Драматическая техника»
3. А. Ласманис «Телевидение в воспитании детей: анализ исследований»
4. А.Г. Качкаева, С.А. Шомова, Е.Г. Лапина-Кратасюк, Г. Амирханова, Ю.П. Пургин «Мультимедийная журналистика»
5. Юлия Долгова «Телевизионная журналистика. Учебное пособие для студентов вузов»
6. Н. Яременко «Как стать радиожурналистом. Работа на радио в вопросах и ответах»
7. М. Пенн, М. Файнман «Микротренды, меняющие мир прямо сейчас»
8. Е. Криницын «Как брать интервью. 8 мастер-классов от лучших журналистов России»
9. А. А. Амзин «Как новые медиа изменили журналистику, 2012-2016»
10. А. Сурмели «Искусство телесценария. Учебное пособие»
11. NYFA.edu
12. <https://www.profguide.io/professions/radio-dj.html>
13. tv-tok-shou.site/ток-шоу-274167.html
14. kemarskaya.livejournal.com/38018.html