

ГЕНЕЗИС РАЗВИТИЯ ТРАНСМЕДИЙНЫХ ПРОЕКТОВ

Ю.А. Батылина, студент

Дальневосточный федеральный университет

(Россия, г. Владивосток)

DOI:10.24412/2500-1000-2022-3-2-176-179

Аннотация. Статья посвящена изучению нового феномена – трансмедийных проектов. Выявлены причины, обуславливающие появление данного направления. Предлагаются основные подходы к определению трансмедийного проекта, существенные признаки, характеризующие содержательную сторону данного явления, а также выводятся основные направления и сценарии их развития. Приводятся примеры удачных трансмедийных проектов.

Ключевые слова: медиа, трансмедийный проект, создание истории, продвижение истории, интернет-коммуникации, персонаж, трансмедиа, коммуникации.

Человек находится в постоянном развитии, приумножая и создавая вокруг себя ту среду обитания, которая является необходимой для обеспечения комфортного уровня жизни, в связи с этим отмечается особая роль цифровизации, которая затрагивает все сферы жизнедеятельности.

Процесс цифровизации коснулся и средств массовых информационных сообщений, совершенствуя «каналы» передачи информации и предлагая новые медиа, способные повлиять на различные стороны общественной жизни. Цифровая эволюция произвела большие изменения в получении и подаче информации, именно поэтому медиа практически ежеминутно присутствуют в жизни каждого человека [2].

Еще относительно недавно единственным «устойчивым» источником информации являлись телевидение, газеты и книги. Люди часами ждали появления любимой передачи, занимали очередь в библиотеке и передавали единственную газету. Однако времена меняются и на информационном поле появился интернет, различные социальные платформы и медиа ресурсы.

Начался новый этап жизни – этап общедоступной информации, однако у данного этапа есть и существенный недостаток – наличие общедоступности порождает проблему избытка, поэтому зрителю уже не интересны классические передачи в привычном формате, а для того чтобы поддерживать интерес потребителя, необходимо данный интерес «подогревать», то

есть предлагать, что-то новое, соответствующее новому информационному пространству. Так на запросы потребителя и изменения в информационном пространстве были созданы мультимедийные проекты, сопровождающиеся текстовыми публикациями и видео, затем проекты new media.

Особое место new media занимают трансмедийные проекты. Данное понятие является относительно новым направлением в медийном пространстве. Трансмедийный проект – способ создания «вселенной», информационного пространства какой-либо истории, персонажа, события. В настоящее время современные технологии переплетаются с классическими способами подачи информации: телевидение, книги, газеты и т.д.

Трансмедийный проект – это ответ искусственному зрителю, которого не устраивает классический формат получения и потребления информации. Во главе трансмедийного проекта стоит история, которая в дальнейшем получает свое развитие в различных каналах продвижения.

Первое упоминание о трансмедии, можно отнести к началу 50-х годов XX века, как составляющую продвижения ТВ-шоу «Клуб Микки – Мауса». Трансмедия заключалась в продвижении данного шоу разнообразной коммуникацией с аудиторией. Однако наиболее общие черты с современным видением трансмедийных проектов появляются только в 90-е годы XX

века в проектах «Индиана Джонс» и «Звездные войны».

Новый формат медиа позволяет «продвигать», историю на разных медийных площадках, сочетая в себе различное взаимодействие потребителей продукта с историей. Основной целью трансмедийного проекта является распространение истории одновременно на нескольких информационных платформах, при этом история не просто распространяется на информационном поле, но и дополняется в зависимости от цели используемой платформы.

Так, например, первый на российском телевидении трансмедийный проект «Настоящая любовь» телеканала СТС «вышел» одновременно на нескольких информационных платформах, взаимодействуя напрямую с аудиторией. Основная цель данного проекта заключалась в рассказе истории любви, создании брачного союза собственного или кого-то из членов семьи. Так, был разработан сайт для голосования за лучшие пары проекта, использованы социальные сети для голосования и обсуждения происходящих моментов на телевидении, и непосредственно было использовано телевидение где данный проект транслировался. Таким образом, трансмедийный проект, предоставил зрителю возможность стать частью проекта с получением обратной связи от аудитории [3].

Среди исследователей, трансмедийных проектов, можно отметить Д. Лонга и Г. Дженкинса, которые одни из первых затронули тему использования телевизионных средств и ресурсов интернет в взаимодействии для создания нового информационного продукта, в дальнейшем названного – трансмедийным проектом. Данные исследователи отмечали необходимость сочетания интернета и телевидения, в связи с увеличением количества пользователей в сети интернет, отмечая интерес пользователей к возможности соприкоснуться с историей.

В начале 2003 года Генри Дженкинс ввел понятие трансмедиа-история, которая распространяла свое действие на нескольких медиаплатформах, где каждая платформа, вносила свой уникальный вклад в

повествование данной истории для создание целой единой вселенной данного «продукта».

Ученый Джеффри Лонг в дальнейшем, подтверждая слова Генри Дженкинса в своих работах указывал, что сегодня необходимо опережать свое время для того, чтобы оставаться конкурентоспособным, именно поэтому необходимо перебрасывать, распределять части создаваемого контента, на разных носителях, так как это является одним из самых эффективных способов удержания потребителей и привлечение новой аудитории.

Именно трансмедийный способ повествования своего контента помогает добиться комплексного и программируемого переживания какой-либо истории. Придать истории ту эмоциональную окраску, тот смысл, который стоит во главе любого медиа-контента: распространение истории, завоевание зрительских сердец, комплексное создание истории и взаимосвязь с аудиториями.

В настоящее время нет единого устоявшегося термина в отношении понятия «трансмедийный проект», так Пономарев Н.Ф., рассматривает трансмедийный проект, как комплекс соответствующих инструментов, направленных на создание и распространение контента на различных медиа пространствах, которые по содержанию относятся к одному вымышленному миру (истории), а также воплощаются в различных форматах (медиа, технологиях, жанрах, платформах, локациях) для достижения коммерческих, политических, культурных или иных целей [4].

Н.Л. Соколова под трансмедийным проектом понимает процесс, при котором отдельные части продвигаемой, публикуемой, истории освещаются на различных информационных каналах с целью созданию единого целостного информационного контента, единого представления, при этом каждый носитель имеет уникальное значение для разворачивающейся истории, и может внести вклад в развитие дальнейшей судьбы истории [5].

Ведущее значение в трансмедийном проекте является не только распространение информации через определенные ре-

сурсы, а наполнение истории неким дополнительным смыслом и проработка персонажей наиболее глубоко и детально.

Таким образом, на основании выше предложенных понятий, можно выделить основные существенные признаки «трансмедийных проектов»:

1. Наличие продвигаемой осознанной истории–контента. Какой контент продвигается пользователям, для чего он создается с какой целью, какая основная цель стоит в создаваемом контенте;

2. наличие главного основного посыла, вопроса или темы создаваемого контента;

3. вовлечение аудитории в создаваемый и продвигаемый контент;

4. наличие структуры истории для более легкой подачи информации с целью осмысления содержания истории закладываемой автором;

5. продвижение истории на различных информационных каналах.

На основании выше предложенных признаков, можно выделить следующее понятие трансмедийного проекта. Трансмедийный проект – это технология подачи истории с помощью использования определённых информационных каналов с участием аудитории в определенных аспектах.

Необходимо отметить, что под историей в настоящей статье понимается идея, которая продвигается на различных медиа ресурсах, динамично связанной и перетекающей из одной медиа в другую.

Пожалуй, главное достоинство такого типа подачи контента – создание эффекта не просто сопричастности, но и активного взаимодействия с продуктом, создание реальности, объединяющей офлайн и онлайн-площадки.

Самые известные трансмедийные проекты на сегодняшний день – «Матрица», «Гарри Поттер», «Властелин колец», «Звездные войны», вселенные Marvel и DC Comics. Данные вселенные сочетают в себе не только продвижение контента на различных информационных ресурсах, но и вовлеченность аудитории в коммерческий продукт.

Трансмедийные проекты – это относительно новое формирование виртуальной

коммуникации и создание уникального, отучающегося продукта.

Появление новых медиа и непосредственно развитие данного течения связано с функционированием интернет–коммуникаций, где интернет непосредственно выступает каналом коммуникации, стимулируя «новые социокультурные процессы». Интернет выступает особой средой общения, которая с каждым днем играет все более важную роль практически во всех сферах деятельности современного общества.

Американский исследователь А. Филипс, выделяет два основных течения трансмедийных проектов: западное и восточное. Западное течение заключается в передачи транслируемого контента на различные информационные платформы: книги, фильмы, комиксы, видеоигры, телесериалы. Как правило история на данных платформах перекликается между собой, однако каждый информационный продукт, можно рассматривать по отдельности.

Одним из ярких примеров такого течения является медиафраншиза «Гарри Поттер», данная история была освещена через книги, фильмы, видеоигры. Были созданы тематические парки, музеи, созданы информационные сайты, для обсуждения истории среди аудитории, созданы тематические мини–игры где можно узнать, к какому факультету из книги ты мог бы принадлежать, рассказываются дополненные истории героев, новости проекта «Гарри Поттер», представлены описания магических существ. История «Гарри Поттер» на сегодняшний день, представляет целую вселенную.

Восточное течение заключается в фокусировании истории на интерактивных онлайн-платформах: социальных медиа и интернет-порталах. Однако такое течение затрудняет полноценное восприятие истории [2].

Основной целью трансмедийных проектов является продвижение истории и вовлечение аудитории через различные информационные каналы. В частности, с помощью фильмов, книг, традиционных средств массовой информации (телевидение, радио, журналы, газеты), площадок

новых медиа (социальные сети, веб-сайты, приложения, онлайн СМИ).

В условиях цифровизации неизменен процесс изменений и совершенствование устоявшихся и привычных технологий, именно поэтому в определённый исторический период на смену черно-белому телевидению пришло цветное вещание, именно поэтому процесс расширения и изменения массовых коммуникаций с внедрением их в научную среду является неизбежным.

Таким образом, трансмедийные проекты – новое направление, которое активно внедряется в современные массовые коммуникации. Данная сфера в настоящее время не изучена в связи с чем не разработаны универсальные шаблоны и схемы их применения. Не обязательно создавать

трансмедийный проект с одной единственной коммерческой целью – извлечение прибыли, возможно и преследование нематериальной цели – заявить свою историю и распространить ее на большую аудиторию, тем самым получив отклик у многочисленных потребителей информационного продукта.

Трансмедийный проект представляет собой комбинацию различных информационных каналов распространения информации для достижения поставленной цели, как правило, продвижение истории с привлечением аудитории. В настоящее время трансмедийный проект является сочетанием использования телевидения и ресурсов интернет-пространства.

Библиографический список

1. Красий Л.А. Роль трансмедийных технологий в интернет-коммуникации // Молодой исследователь Дона. – 2017. – №4 (7).
2. Красий Л.А. Роль трансмедийных технологий в интернет-коммуникации // Молодой исследователь Дона. – 2017. – №4 (7).
3. Латышева А.Н. Рассказывают ли проекты СТС трансмедийные истории? // Шаги/Steps 3.2 (2017): 47-62.
4. Пономарев Н.Ф. Трансмедийные проекты и трансмедийные франшизы // E-Scio. – 2019. – №11 (38). – С. 135-144.
5. Соколова Н.Л. Трансмедиа и интерпретативные сообщества // Международный журнал исследований культуры. – 2011. – №3 (4). – С. 16-21.

THE GENESIS OF THE DEVELOPMENT OF TRANSMEDIA PROJECTS

Yu.A. Batylina, Student
Far Eastern Federal University
(Russia, Vladivostok)

***Abstract.** The article is devoted to the study of a new phenomenon – transmedia projects. The reasons for the emergence of this direction are revealed. The main approaches to the definition of a transmedia project are proposed, the essential features that characterize the content side of this phenomenon, as well as the main directions and scenarios for their development. Examples of successful transmedia projects are given.*

***Keywords:** media, transmedia project, story creation, story promotion, internet communications, character, transmedia, communications.*