

## РАЗДЕЛ V.

# ПРОЕКТИРОВАНИЕ И ДИЗАЙН СМИ, ФОТОГРАФИЯ И ВИЗУАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА

УДК 070: 7.012 (078)

**В.А. Вершинин, И.Ю. Мясников**

Томский государственный университет

## ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНЫЙ СТУДЕНЧЕСКИЙ АЙПАД-ЖУРНАЛ КАК ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ИНСТРУМЕНТ

Медиаобразование в России требует модернизации, как в аспекте трансляции ценностных представлений, так и на уровне технологий, методов, платформ работы. Кризисные процессы в российских медиа 2014 года проходят на фоне быстрой технической модернизации медиарынка, где корпорации стремительно осваивают новые платформы, а цифровые издания, а также мобильные медиа мгновенно стали так же привычны, как и веб-издания.

Однако в образовательные стандарты российских вузов эта практика входит медленно, что актуализирует применение экспериментальных форм и методов в обучении студентов-журналистов обращению с новыми платформами. В настоящем тексте освещены результаты одного из таких экспериментов, предпринятых в Томском государственном университете (Томск, Россия) в подготовке студентов-журналистов, обучающихся по направлению медиадизайн. Эксперимент направлен на выявление возможности внедрения элементов цифрового паблишинга в подготовку студентов-журналистов и выявление потенциала такой формы работы в учебном процессе.

**Ключевые слова:** цифровые издания, моделирование и дизайн прессы.

*Media education in Russia requires modernization, both in values transmitting and usage of methods, technologies and platforms. Crisis processes in Russian media in 2014 occurs on a background of quick technical improvements, when media corporations rapidly learn using new platforms and digital publishing simultaneously with mobile media became as familiar as web publishing.*

*But Russian educational standards are not so fast in reflecting this practice, and that requires experimental ways and methods of teaching media students using new media platforms. The paper highlights the result of an experiment conducted in Tomsk State University (Tomsk, Russia) with group of journalism student passing media design course.*

*The experiment has outlined new opportunities digital publications open to media and non-profit publishing projects by eliminating printing expenses and using digital distribution. It has clearly demonstrated the efficiency of portable devices, and, consequently, digital publication format in reaching small dispersed audiences. A rational solution would be to gradually introduce digital publishing to university curricula.*

**Keywords:** digital publishing, press design and modeling.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ цифровых платформ широко обсуждается теоретиками, как со стороны масс-медиа, так и специалистов в сфере образования.

Даже простое взаимодействие с новыми медиа, когда студент выступает их потребителем, вызывает к жизни серьезные преобразования в образовательном процессе [8, 20]. Так, описывая кейс использования айпадов в сфере инклюзивного образования, Р. Салливан подчеркивает важность применения широкого спектра программных и аппаратных решений в сфере коллективного обучения творческим навыкам (творческое письмо) [21]. В сфере же творчества использование новых медиа может, в соответствии, в частности, с программой Института креативных технологий (при De Montfort University), открыть как минимум три новых сферы в образовательной практике: это креативные компьютерные технологии, интерактивные искусства и медиа, сети и сотрудничество [9], если соблюдается дисциплинарный подход в проведении исследований (и, соответственно, основанных на них образовательных практиках).

Отдельного внимания заслуживает рассмотрение трансформаций различных методов и жанров журналистики под воздействием широкого спектра возможностей новых медиа. Изучая процесс конвергенции как специфический, профессиональный, так и гносеологический феномен, Илейн Юань отмечает склонность новых пользователей медиа (т.е. потенциальных потребителей будущих медиаспециалистов, находящихся в процесс образования) к использованию множественных платформ в потреблении новостей [10]. Это подтверждают многие исследователи, например Сиан Айрис Чи, утверждающая: «Среднестатистический американский медиапотребитель никогда не обладал таким множеством каналов потребления новостей,

как сегодня. Все больше людей в Соединенных Штатах сейчас имеют беспроводные устройства, такие как ноутбуки и нетбуки, смартфоны, электронные книги и планшеты» [12].

Освещение этой темы другими исследователями, например, Генри Дженкинсом в его книге «Конвергентная культура: где сталкиваются новые и старые медиа» [17], не оставляет сомнений, что изучение новой платформы, например айпадов, имеет широкие перспективы не только как освоение нового инструментария подачи «старой» журналистской информации, но и ключа к переосмыслению функций журналистики нового времени. Все это обуславливает высокую актуальность вовлечения студентов-журналистов в творческую активность, «собранную» вокруг создания айпад-издания. Распространенной практикой такого рода становится создание силами студентов собственных изданий медиаобразовательных учреждений.

### **Цифровые издания в медиаобразовании**

Выпуск цифровых журналов на факультетах и в школах журналистики стал распространенной практикой в США. Первым среди которых стал OR magazine, который вышел на платформе iPad в 2011 году и выпускается Школой журналистики университета Орегона (University of Oregon) в виде ежегодного издания, представленного отдельным приложением с несколькими выпусками, но не входящего в Newsstand AppStore.

Журнал OR magazine выходит в свет весной, после 10-недельного курса, посвященного цифровому паблишингу. Это издание посвящено культуре, природе и людям Орегона. Сами студенты описывают свою работу следующим образом: «Нам дали полную свободу участвовать в эволюции журналистики, что делает нашу возможность создавать нечто инновационное действительно неоценимой» [19]. Журнал выпускается на программной платформе Adobe Digital Publishing.

В 2012 году появилась айпад-версия Vox magazine, выпуском которого занимаются студенты университета Миссури. Цифровая версия включает в себя ключевые материалы печатного журнала, на основе которого она выпускается, а также материалов блога и веб-сайта журнала. Журнал, посвященный городскому образу жизни, культурным событиям и людям, выходит на iPad еженедельно, еженедельная печатная версия журнала выходит тиражом 10 000 экземпляров, а их сайт еженедельно имеет около 20 000 уникальных посетителей. Издание распространяется в городе и кампусе, рассчитанном на три колледжа. «Студенты работают над содержанием под руководством редактора айпад-издания Аманды Далинг, производят истории, дизайн и редактируют с помощью программного обеспечения производства Mag+. Я надеюсь, что этот опыт дает им лучшее понимание потенциала для журналов на новых платформах, а также практические навыки производства айпад-изданий» [14], — говорит профессор Кристин Келлог. Журнал выполнен на программной платформе Mag+ и входит в Newsstand App Store.

Уже одиннадцать выпусков насчитывает айпад-версия онлайн-журнала Ball Bearings, выпускаемого студентами Ball State University. Онлайн-журнал в виде веб-сайта начал работу в 2006 году, его айпад-версия появилась осенью 2012 года. В данном издании студенты занимаются исследованием и практикой в сфере цифрового сторителлинга и веб-журналистики. Каждый выпуск данного журнала насчитывает около 15 небольших по объему статей, большое количество визуального и интерактивного материала, кроме того, в этом журнале присутствует наибольшее среди студенческих изданий количество рекламы. За время своего существования онлайн-журнал и его айпад-версия получили огромное количество конкурсных наград, очевидно, является наиболее успешным из тех изданий, которые вышли за пределы университета. Журнал выпускается на программной платформе Adobe Digital Publishing.

Журналы Vox magazine и Ball Bearings выпускаются при непосредственном участии факультетов журналистики, на площадке которых они были запущены, однако сейчас они уже являются успешными, самостоятельными изданиями с постоянной редакцией. Кроме того, их айпад-версии появились значительно позже, чем само издание — будь это веб-сайт или печатное издание. OR magazine появился изначально как айпад-журнал без печатной версии и веб-сайта, являясь учебным проектом в рамках курса по цифровому паблишингу. Каждый его выпуск делает новая команда студентов.

Особенностью, объединяющей эти студенческие проекты, является их автономность. Все эти журналы легко покидают стены университета и становятся городскими изданиями, рассказывающими о культурной жизни, людях, городе или даже регионе, где они выходят. Они находят читателей не только из студенческого сообщества, но в более широкой среде. Их особенная привлекательность состоит в том, что, снимая границы печатного тиража, они становятся легко доступны любому читателю: иногороднему, иностранному, студентам, выпускающим свои цифровые медиапроекты. Таким образом происходит обмен опытом между школами журналистики в сфере цифрового паблишинга и сторителлинга, а также появляется конкуренция между этими изданиями за читателя.

### **Использование цифровых изданий в медиаобразовании: методы и инструменты**

Основными методами, использованными в работе над представленными проектами, стали комплексное моделирование изданий и метод эксперимента. В лаборатории моделирования и проектирования периодических изданий факультета журналистики Томского государственного университета многократно апробированы возможные варианты адаптации метода эксперимента к процессу моделирования прессы, с использованием методики комплексного [5] и композиционно-графического моделирования, ориентируясь на труды С.И. Галкина [3], В.В. Тулупова [6], Марио Гарсиа

[18], Йоланды Заппатерры [23] и Франческо Франчи [11]. Многие из выполненных в рамках хоздоговорных и инициативных НИР работ по коррективке и моделированию газет и журналов региона имели экспериментальный характер.

Многие результаты данных экспериментов продолжают обновляться: количество загрузок из магазина App Store, география пользователей приложения, влияние информационного освещения данных проектов на количество пользователей, взаимозависимость выбранной тематики, объема издания и его популярности в среде распространения цифровых изданий. Продолжают поступать отзывы и оценки данных приложений от пользователей через специально предусмотренные компанией Apple сервисы.

Одним из наиболее интересных вопросов, который мы сами задавали себе перед тем, как начать работу над данными проектами, таков: «Насколько способны к выпуску цифровых изданий студенты, обладающие минимумом знаний в сфере цифрового паблишинга?». Конечно, ответить на этот вопрос до начала работы было невозможно. Однако практика показала, полугодовой курс «Дизайн мультимедиа изданий», состоящий из 36 часов лекций, конечно, слишком мал для того, чтобы дать полное представление о теоретических аспектах и практических инструментах разработки цифровых изданий. Работа над проектами, которая происходила во внеучебное время, показала, что огромное количество практических навыков передается именно в процессе разработки полноценного издательского проекта, когда студенты ориентированы на результат, который предстанет перед широкой читательской аудиторией, а не станет предметом оценки преподавателя.

Дополнительной сложностью, которая представляется важной, по итогам проделанной работы, является тот факт, что выпуск цифрового издания предполагает наличие у учебной редакции большого количества теоретических знаний и навыков использования программных инструментов, которые необходимо совмещать в рамках одного проекта. Среди всех учебных проектов цифровые издания в этом плане видятся наиболее сложными, потому что при их выпуске приходится совмещать опыт практически всех направлений журналистики и паблишинга:

- моделирование издания;
- дизайн и верстка печатного издания;
- типографика и леттеринг;
- написание журналистских текстов, редактирование и корректура;
- визуальная журналистика: инфографика и фотожурналистика;
- видео- и звукомонтаж;
- анимация;
- веб-дизайн и программирование для отдельных интерактивных элементов издания.

И, конечно, множество вопросов из данных областей приходилось решать по ходу их появления. Так

же как приходилось осваивать и разъяснять работу множества программных продуктов, которые были использованы в процессе подготовки экспериментальных изданий. Поскольку более 80% [13] цифровых изданий созданы с помощью инструментов Adobe Digital Publishing Suite, мы использовали именно их, чтобы навыки, которые были освоены студентами, оставались востребованными на медиарынке после окончания ими обучения на факультете.

Можно выделить определенный список инструментов диджитал паблишинга, который минимально необходим для создания iPad-издания в составе Adobe InDesign и Adobe Digital Publishing Suite:

- основы компьютерной верстки и работы с типографикой;
- состояние объектов является наиболее распространенным инструментом цифрового паблишинга, так как именно с помощью него создается большинство элементов, свойственных цифровому изданию: слайдшоу, всплывающие подписи, интерактивная графика и другие элементы;
- прокручиваемые фреймы;
- последовательность изображений;
- работа с гиперссылками;
- панорама;
- внедрение видео- и аудиоконтента (создаваемого с помощью других программных продуктов);
- внедрение веб-контента (создаваемого, например, с помощью других продуктов Adobe Muse, Dreamweaver, Edge Animate и др.).

Освоение навыков работы с этими инструментами является важной задачей при подготовке специалистов по цифровому паблишингу наряду с теоретическими знаниями по журналистике и издательскому делу, перечисленными выше.

### Эксперименты по выпуску цифровых изданий

В конце 2013 года нам удалось инициировать в рамках учебного процесса создание первого в России цифрового издания, вышедшего на широкую пользовательскую аудиторию. Издание было создано на площадке редакционно-издательского кластера факультета журналистики. Студентам было предложено сделать издание для одного из этапов на Всероссийской олимпиаде по издательскому делу в Ижевске. Заявленная тема конкурса: экология. Студенты решили подойти к этой теме нестандартно — сделать издание про колонизацию Марса, чтобы через описание трудностей процесса терраформирования и колонизации необитаемой планеты обратить внимание читателей на экологические проблемы Земли. Цифровым изданием также стало из-за экологических соображений: в целях экономии бумаги и пространства — на планшет можно, кроме этого издания, загрузить и множество других. Так появился экспериментальный проект «Зеленый Марс» [16].

Одновременно с этим проектом шла работа и над цифровым журналом факультета журналистики, кото-

рый должен был быть выпущен по итогам курса «Дизайн мультимедиа изданий». Студентами была разработана концепция факультетского цифрового издания «10 пунктов» [15].

По своей структуре издание «Зеленый Марс» построено в соответствии с современными стандартами цифровых журналов: интерактивная обложка, содержание с гиперссылками, двенадцать материалов разного объема, посвященных процессу терраформирования и колонизации Марса, а также некоторым смежным темам: космические перелеты, питание в космосе, исторический обзор материалов прессы по проблеме колонизации других планет. Помимо текстов и статических иллюстраций в издании были реализованы интерактивная инфографика, видеоролики и фотогалереи.

Общий процесс работы над изданием занял два месяца. В соответствии с методикой комплексного моделирования были проведены аналитические и проектные работы по поиску оптимального формата издания, аудитории, структуры, жанров. Работа над этим проектом позволила убедиться в эффективности методики комплексного моделирования, в том числе и для цифровых изданий.

За период с февраля по август 2014 года это издание было загружено на более чем 1100 планшетных компьютеров iPad. В основном на территории России, Украины, Белоруссии, Германии, Эстонии, Казахстана и США. Кроме того, оно получило в основном отличные оценки пользователей и несколько положительных рецензий в магазине App Store. Впрочем, гораздо больше внимания привлек сам факт создания этого проекта: ему было посвящено 17 публикаций городских интернет-порталов и газет, сюжеты двух телеканалов и более 20 публикаций на федеральном уровне. Это в свою очередь также способствовало и увеличению аудитории этого издания. Статистика показывает, что в дни этих публикаций был наибольший пик скачивания приложения «Зеленый Марс» в App Store.

Проект «10 пунктов» имеет анимированную обложку, большое количество мультимедийных материалов, таких как: анимированные фотографии, слайдшоу, видеосюжеты, интерактивная и анимированная графика разного типа, панорамные снимки с всплывающими подписями и прокручиваемая 180-градусная панорама, 23 текстовых материала разного объема, распределенные по 10 рубрикам.

Общий процесс работы над изданием занял более полугода: он был начат еще в ноябре в рамках учебного курса, а завершен уже инициативной группой студентов в мае 2014 года. Появившись в июне в магазине приложений App Store, он к августу приобрел около 200 пользователей, загрузивших его на свои устройства iPad в 17 странах мира. Среди них: Россия, США, Польша, Украина и Казахстан. Выпуску этого издания были посвящены материалы на веб-сайтах университета и региона и один видеосюжет городского телеканала, что в малой степени отразилось на динамике

загрузок. В июле журнал был включен в Adobe Digital Publishing Showcase Gallery, что привлекло внимание пользователей из нескольких стран.

Цифровое издание в виде учебного проекта снимает множество ограничений, которые стоят обычно перед печатными изданиями. Журнал перестает быть ограничен тиражом, количеством полос в издании, типом и качеством печати. Кроме того, в цифровое издание можно поместить мультимедийный контент: оживить привычный на первый взгляд журнал с помощью анимированной графики, интерактивных элементов, видеосюжетов и аудиофрагментов. При этом у журнала остается близкий к печатному формат издания, который можно разнообразить, используя два макета, которые адаптируются в зависимости от положения планшета: верстка может быть и горизонтально ориентированной, и вертикально.

Можно сказать, что проекты «Зеленый Марс» и «10 пунктов» имеют отличительные особенности при сравнении с традиционным журналом: по структуре, объему и сложно прогнозируемой периодичности, по своему типу данные проекты скорее ближе к типу издания «look» [22] — пограничному между журналом и книгой. Это объединяет проект как продукт журналистского творчества, с одной стороны, и как объект издательского дела в виде одного номера — одного отдельного приложения. Дело в том, что, во-первых, пока не ясны перспективы продолжения этих проектов, а во-вторых, команда разработчиков обладает лицензией Adobe на выпуск цифровых изданий только в виде отдельных приложений, а не приложения-киоска, который бы мог объединять несколько номеров или изданий.

Задача студентов, которые осваивают цифровой паблишинг, — научиться делать понятный для любого читателя (опытного или новичка) механизм навигации по журналу, сделав его архитектуру прозрачной, чтобы ни один элемент издания не был пропущен, а большинство информации, содержащейся на страницах журнала, было прочитано. В данном случае понимание привычек читателей является важнейшим фактором для оптимальной реализации функций цифрового издания. Заново научиться управлять вниманием читателя на экране планшета, имея лишь опыт работы над бумажным СМИ (или только веб), — непростая задача не только для студента, но и для преподавателя, исследователя.

Трудно представить, что такой проект, как «Зеленый Марс», мог бы стать доступным аудитории в 100 человек в самых разных странах, если бы студенты решили делать его в печатном виде, — скорее всего, он бы так и остался студенческим проектом с тиражом в несколько экземпляров, как это чаще всего бывает. Проект факультета журналистики «10 пунктов» стал первым в России учебным проектом факультетского журнала в виде цифрового издания для айпада, который можно скачать в App Store.

Проведенные эксперименты позволяют судить о том, каким эффективным способом распростране-

ния изданий для малых аудиторных групп, особенно если они рассредоточены географически, становятся электронные устройства и соответственно — формат цифрового издания. Динамика продаж мобильных устройств, которая увеличивает количество потенциальных потребителей цифровых изданий на сотни миллионов в год, и эволюция программных средств для цифрового паблишинга открывают огромные возможности для журналистики, издательского дела и учебных проектов в этих областях.

Сегодня цифровой паблишинг становится частью общемировой практики журналистики. С каждым годом возрастает потребность в специалистах, способных выпускать издания для электронных устройств, создавать необходимый для них контент. Но подготовка таких специалистов в данный момент в программах российских факультетов и школ журналистики практически отсутствует. Отчасти это связано с сильным торможением развития медиасферы, особенно в 2014 году, что приводит к задержке развития цифровых изданий, рынок которых в России на порядок уступает иностранным.

Кроме того, образовательные стандарты, которые часто довольно серьезно отстают от практики журналистики, не включают предметов по цифровому паблишингу. У студентов российских вузов есть навыки верстки, дизайна печатных изданий, в меньшей степени — по веб-дизайну, есть знание большинства необходимых программных средств, но познакомиться с опытом российского цифрового паблишинга они не успевают — его крайне мало. Рациональным представляется постепенное введение элементов цифрового паблишинга в учебную программу, например, в виде курса по дизайну мультимедиа с последующим созданием экспериментального издания факультета.

#### Литература

1. Вершинин В. А. Возможности адаптации метода эксперимента к моделированию прессы региона // Вестн. Том. гос. ун-та. Филология. 2013. № 3 (23). С. 98–106.
2. Вершинин В. А. Практика использования метода эксперимента в моделировании изданий // Вестн. Том. гос. ун-та. Филология. 2013. № 6 (26). С. 101–109.
3. Галкин С. И. Техника и технология СМИ: Художественное конструирование газеты и журнала: Учеб. пособие. М., 2007. 232 с.
4. Мясников Ю. Н. Блок-схема контрактного моделирования и проектирования газет и журналов как инструмент определения содержания проекта и возможностей его разработки // Вестн. Том. гос. ун-та. Филология. 2011. № 2 (14). С. 131–144.
5. Мясников Ю. Н., Мясников И. Ю. Матричное комплексное проектирование газет и журналов как специализированная методика управления проектами // Вестн. Том. гос. ун-та. Филология. 2013. № 3 (23). С. 107–115.
6. Тулупов В. В., Колосов А. А., Цуканова М. И., Сапунов В. И., Бобрешов А. А. Техника и технология СМИ: печать, радио, телевидение, Интернет. Учебник / Под ред. В. В. Тулупова — СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2006. — 320 с.
7. Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. — М.: Добросвет, 2000. — 596 с.
8. Alison Sharman (2014) Roving Librarian: The Suitability of Tablets in Providing Personalized Help Outside of the Traditional Library, *New Review of Academic Librarianship*, 20:2, 185-203, DOI: 10.1080/13614533.2014.914959
9. Andrew Hugill (2013) Introduction: transdisciplinary learning for digital creative practice, *Digital Creativity*, 24:3, 165-167, DOI: 10.1080/14626268.2013.814546
10. Elaine Yuan (2011) News consumption across multiple media platforms, *Information, Communication & Society*, 14:7, 998-1016, DOI: 10.1080/1369118X.2010.549235
11. Francesco Franchi. *Designing News. Changing the World of Editorial Design and Information Graphics*. Berlin, Gestalten, 2013
12. Hsiang Iris Chyi. News on New Devices: Examining Multiplatform News Consumption in the Digital Age
13. <http://blogs.adobe.com/digitalpublishing/2013/12/readership-metrics-open-folio-format.html>
14. <http://journalism.missouri.edu/2012/12/magazine-journalism-students-create-new-ipad-app-using-industry-standard-program/>
15. <https://itunes.apple.com/ru/app/10-punktov/id885543953?mt=8>
16. <https://itunes.apple.com/ru/app/zelenyj-mars/id812765943?mt=8>
17. Jenkins H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: New York University Press.
18. Mario Garcia. *Pure Design*. Miller Media; 1st Edition edition (December 1, 2002)
19. *OR magazine*, vol. 3. Editor's note
20. Pervaiz Ahmad & Mark Brogan (2012) Scholarly Use of E-Books in a Virtual Academic Environment: A Case Study, *Australian Academic & Research Libraries*, 43:3, 189-213, DOI: 10.1080/00048623.2012.10722277
21. Rebecca M. Sullivan (2013) The Tablet Inscribed: Inclusive Writing Instruction With the iPad, *College Teaching*, 61:1, 1-2, DOI: 10.1080/87567555.2012.700339
22. Taillandier, Fanny. «Mooks are here to stay». *FranceLivre*. May 10, 2014.
23. Yolanda Zappaterra. *Editorial Design: For Print and Electronic Media*. Rockport Publishers (August 2002).