

## К вопросу об актуальности трансмедиа в онлайн-расширениях культурных учреждений

Научный руководитель – Богуславская Олеся Владимировна

*Ремпель Даниил Евгеньевич*

*Студент (бакалавр)*

Сибирский федеральный университет, Институт филологии и языковой коммуникации,  
Красноярск, Россия

*E-mail: dnlrmp@gmail.com*

Сегодня цифровое культурное наследие используется не только в целях сохранения национальной памяти. Культурные центры научились применять digital heritage в PR-коммуникациях. В культурных медиа особенно популярным стала технология создания трансмедийного расширения. Трансмедиа помогает упаковать большой массив данных в ряд нарративов, каждый из которых фрагментируется и распространяется на нескольких медийных площадках.

Трансмедийный сторителлинг впервые был описан Генри Дженкинсом в книге «Культура конвергенции: столкновение старых и новых медиа». Трансмедиа Дженкинс определяет как историю, которая разворачивается на многочисленных медиаплатформах таким образом, что каждый новый текст представляет собой самостоятельный и ценный вклад в целое. Дополняя это определение, можно сказать, что самостоятельные тексты, о которых пишет исследователь сами по себе являются маленькими историями. Таким образом, трансмедиа представляет собой корпус нарративов, объединенных одной темой и распространяемых на нескольких площадках.

Применение трансмедиа в культуре стало актуальным, так как цифровые копии позволяют увидеть семантические связи между несколькими культурными объектами. На этих семантических связях строится сложный нарратив трансмедиа. Поиск и установление этих связей должны завершиться созданием «единого коммуникативного полотна», которое вовлекает читателя, полностью погружает его в историю и заинтересовывает [2, с. 187].

Трансмедиа в культуре, в отличие от других стратегий позиционирования и PR, не является исключительно коммерческим приемом, так как включает в себя еще одну равноправную цель - просветительскую. В сравнении с исключительно мультимедийными и кроссмедийными форматам трансмедиа актуализирует цифровое культурное наследие через нарративизацию культурных данных. Ярким примером трансмедийного повествования в культурных медиа можно считать проекты студии «История будущего» такие как «1917. Реальная история», «1939.Live», «Настоящий 1945» и другие. Все части этих проектов, находясь на разных площадках, связаны между собой гипертекстуально: в текстах есть ссылки на другие порталы проекта. Также все части связаны содержательно.

Так как основой трансмедиа является нарратив, для анализа было отобрано четыре музейных онлайн расширения: «История России в фотографиях» (Мультимедиа Арт музей), «Виртуальный Русский музей» (Русский музей), «Музей ГУЛАГ», «Эрмитажная академия». Критериями анализа послужили универсальные параметры любого нарратива, выделенные О.А. Леонтович. Это система персонажей, последовательность событий, взаимосвязь между этими событиями и завершенность сюжета [1].

Целью нарративного анализа был поиск связи между разными частями онлайн-расширения (площадками, мультимедийными медиатекстами). По многим критериям проекты

действительно можно считать трансмедийными. Весь контент объединен общей темой, каждый медиатекст представляет собой нарратив, проект существует на нескольких медийных площадках. Однако из-за того, что все медиатексты, найденные в каждом проекте, не соединены крепкой семантической связью и не сливаются в один связный нарратив, можно считать эти проекты трансмедийными лишь отчасти. Для создания трансмедиа необходимо, чтобы все медиатексты выстраивались в единую мозаику. Результаты анализа выведены в Таблицу 1.

Музейные онлайн-расширения можно назвать трансмедийными лишь отчасти. Используются только некоторые элементы классического нарратива. По результатам нарративного анализа можно сказать, что не многие производители трансмедиа уделяют должное внимание разработке качественного, сложного и большого нарратива для музейных расширений. Культурные медиа же чаще, наоборот, используют общий нарратив для всего проекта, объединяя все материалы в одну связную историю со сложной композицией и гипертекстуальными связями. Также музеи предпочитают не ограничивать свои проекты временными рамками, поэтому классического трансмедийного повествования с экспозицией, основной частью и эпилогом достичь не удается.

Это связано с тем, что музейные коммуникации - это прежде всего часть позиционирования и PR. Целью музейных онлайн-расширений является постоянное поддержание связи с аудиторией и привлечение ее к походу в музей. Производство классического трансмедиа - трудоемкий и дорогостоящий процесс, требующий разработки сложного драматургического механизма, режиссуры, медийной и сценарной работы. К тому же, такой проект всегда будет иметь ограничение: вместе с завершением истории прекращает функционировать проект. Музеям невыгодно вкладываться в такой дорогостоящий продукт, даже если он несет очень ценную просветительскую наполненность.

Так как основой трансмедиа является нарратив, для анализа было отобрано четыре музейных онлайн расширения: «История России в фотографиях» (Мультимедиа Арт музей), «Виртуальный Русский музей» (Русский музей), «Музей ГУЛАГ», «Эрмитажная академия». Критериями анализа послужили универсальные параметры любого нарратива, выделенные О.А. Леонтович. Это система персонажей, последовательность событий, взаимосвязь между этими событиями и завершенность сюжета [1].

### **Источники и литература**

- 1) Леонтович О.А. Методы коммуникативных исследований. М., 2011
- 2) Jenkins, H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide, 2011

### **Иллюстрации**

Название проекта	Нарратив	Система персонажей	Последовательность событий	Взаимосвязь между событиями	Завершенность сюжета
История России в фотографиях	История России	+	-	-	-
Виртуальный Русский музей	Русское национальное искусство	+	-	-	-
Музей ГУЛАГ	Репрессии в СССР	+	+	+	-
Эрмитажная академия	Искусство Эрмитажа	+	-	-	-

Рис. 1. Таблица 1