

## **ЭПОХА ПЕРЕРОЖДЕНИЯ: КАК ОНЛАЙН-СМИ ЭКСПЕРИМЕНТИРУЮТ С ФУНКЦИОНАЛОМ САЙТОВ**

Значительный рост числа экономически доступной и интуитивно понятной для массовой аудитории техники, обладающей широким функционалом – от анализа физического состояния владельца гаджета до предугадывания дальнейших действий на основе поведения пользователя – заставляет средства массовой информации развиваться. На сегодняшний день сложно соответствовать запросам аудитории, имея в своем арсенале сайт образца 2005 или даже 2010 года: потребитель всегда желает получать максимум при минимальных затратах.

За последние два года значительное число ключевых игроков мира медиа не просто сменили дизайн своих сайтов, а вложили в него принципиально новое понимание журналистики.

В начале 2014 года под слоганом «Изящнее. Быстрее. Интуитивнее» The New York Times презентовал для пользователей новую версию онлайн-издания, чуть позже – к своему 110-летнему юбилею – полностью сменил бренд-платформу, и в том числе сайт, Информационное агентство России «ТАСС», в апреле 2015 года обновления коснулись сайта Meduza.io, в июне – сайта «Интерфакс», в сентябре – «Газета.RU» и газеты «Аргументы и факты». В связи с обновлением концепции поменялись сайты телеканалов «РЕН-ТВ» и «ТВ-3». Все эти и многие другие обновления сайтов призваны не просто «освежить» визуальную составляющую, привести в порядок технические аспекты, а расширить функционал, сделав его максимально понятным и нужным для конечного пользователя.

Применение больших и малых нововведений в формате подачи информации для аудитории сетевых СМИ достаточно распространено в мировом интернете, а также в российском его сегменте. Онлайн-издания в ходе конкурентной борьбы экспериментируют с различными функциями, тем самым пытаясь привлечь большее внимание аудитории.

Можно выделить несколько уникальных нововведений, которые разработали и внедрили на своих сайтах мировые средства массовой информации.

### **1. Собственная издательская платформа (Vox.com и Meduza.io)**

В мае 2012 года Эрик Элдон, главный редактор блога о технических новинках «TechCrunch», публикует на своем портале статью «A Closer Look At Chorus, The Next-Generation Publishing Platform That Runs Vox Media» (Пристальный взгляд на Chorus, издательскую платформу нового поколения под управлением Vox Media). Автор анализирует и подробно описывает все

плюсы сайтов медиахолдинга «Vox Media» (Polygon, SB Nation и The Verge), которые работают на уникальной, специально разработанной системе управления сайтом Chorus. Платформа автоматически превращает обычный текст в гипертекстовый, интеллектуально добавляет ссылки на похожие статьи, позволяет работать с пользовательским контентом, составляя из него полноценные материалы, а также имеет встроенную серьезную систему аналитики. Автор может не только отслеживать количество просмотров, но также анализировать востребованность тех или иных заголовков, проследить действия читателя, исследовать интересы. Кроме того, платформа включает в себя полноценную систему форумов и систему документооборота.

На сегодняшний день холдинг является одним из самых финансируемых, а общая аудитория всех медийных проектов компании в месяц по данным comScore составляет около 60 миллионов уникальных посетителей. В апреле 2014 года медиахолдинг «Vox Media» запускает новый проект, формат которого уникален для мировой журналистики. Новостной сайт Vox.com, созданный всего лишь за семь недель, базируется, как и все проекты холдинга, на CMS «Chorus». Новый портал не просто доносит новости до аудитории, а объясняет суть происходящих событий – главный лозунг Vox.com «Understand the News» красуется на главной странице портала.

Эзра Кляйн, создатель Vox.com, считает, что для медиа сегодня наступают эра великих открытий: «Технологии трансформируют нашу культуру – среду, привычки. Нам придется строить новую культуру на вершине этих технологий. Новости и их восприятие – часть этой культуры» [3].

Схожую по функционалу внутреннюю издательскую платформу имеет русскоязычное издание Meduza.io, заявившее о себе в середине 2014 года вследствие непростых финансово-политических событий.

На портале Lenta.ru в марте 2014 года появляется материал Ильи Азара, специального корреспондента издания, в котором он берет интервью у лидера киевского «Правого сектора», а также упоминает со ссылкой на источник о запрещенной в стране публикации «Дмитро Ярош: Рано или поздно, но нам придется воевать с Московской империей». Данное событие стало поводом для предупреждения Роскомнадзора в адрес «Ленты».

И уже через четыре часа Александр Мамут, на тот момент глава холдинга «Рамблер» (сейчас – «SUP Media»), в обход генерального директора издания и Закона «О СМИ», принимает решение уволить редактора портала Lenta.ru, занимавшего эту должность более 10 лет, Галину Тимченко. Ситуация разворачивалась очень стремительно, и уже на следующий день почти вся редакция (порядка 40 человек), которая работала под началом Тимченко, написала заявления об увольнении.

Это событие взбудоражило профессиональные круги, показав сложные отношения между журналистами и владельцами СМИ в России. Буквально

сразу после мартовских событий Галина Тимченко объявила о скором запуске своего проекта, который получит название «Meduza». Изначально проект подразумевался как агрегатор новостей, но почти с первых дней на сайте появились авторские материалы. Отличительной особенностью издания является наличие специально разработанной системы управления сайтом, которую сама редакция называет Монитор [4].

Монитор представляет собой удобный и многофункциональный интерфейс по подготовке журналистских материалов (агрегатор, карточки, традиционные материалы), планированию ленты новостей и работы конкретных корреспондентов.

Данный внутренний редактор помогает выстроить работу команды интернет-проекта и значительно облегчить данный процесс. Редактор сразу видит, кто из корреспондентов над каким материалом трудится, и когда определенная новость будет опубликована для пользователей сайта. Монитор также позволяет вносить правки в модульную сетку сайта, размещать рекламные блоки и формировать e-mail-рассылку для подписчиков.

## **2. Система «карточек» (Vox.com и Meduza.io)**

Инновационным элементом новостных сайтов Vox.com и Meduza.io также можно назвать систему «карточек».

Издания, по словам создателей, не рассчитаны на «всезнаек», а наоборот, подходят абсолютно для любой аудитории: пробелы в понимании вопроса помогают заполнить «карточки» с информацией. Инновационная система, в чем-то схожая с системой Wikipedia, позволяет журналистам создавать дополнительные блоки информации, которые помогут разобраться читателю в развитии событий, расскажут о различных аспектах вопроса.

К каждой журналистской статье на Vox.com предлагается порядка 20–30 карточек. Так, к материалу под названием «Why marijuana shops are forced to run like lemonade stands» [5] о продаже марихуаны сайт предлагает 23 карточки. Например, такие:

- «What is marijuana legalization?» – «Что такое легализация марихуаны?»;
- «What is marijuana?» – «Что такое марихуана?»;
- «What is President Barack Obama’s stance on marijuana legalization?» – «Какова позиция президента Барака Обамы относительно легализации марихуаны?»;
- «What’s happened in Colorado since the state legalized marijuana?» – «Что случилось в Колорадо после легализации марихуаны в штате?» и другие.

Кроме того, ведется история добавления карточек к теме – читатель может подписаться на обновление раздела. Также в случае, когда у человека

остались вопросы, требующие профессионального ответа, есть контакты журналиста, разрабатывавшего тему. Аналогичную систему «карточек» развивает на своей платформе проект Meduza.io.

На форуме «3ДЖурналистика», который прошел в ноябре 2014 года в Санкт-Петербурге, Илья Красильщик – одна из ключевых фигур в команде «Медузы» – выступил с лекцией «Месяц в Риге. Как работает Meduza». Во время диалога с аудиторией он пояснил, что систему карточек редакция изначально планировала ввести еще на Lenta.ru, однако тому помешало увольнение Тимченко. Красильщик заверил, что данный формат придумывался одновременно с Vox, но в силу политических и технических причин реализовать его так быстро, как хотелось, не вышло.

### **3. Индикатор достоверности источника (Qz.com и Meduza.io)**

Зак Сьюард, редактор бизнес-СМИ «Quartz» считает, что главный принцип новой журналистики заключается в переосмыслении новостей. Корреспонденты в редакции издания уверены, что журналистика – это сервис, который должен постоянно подстраиваться под читателя и быть удобным. Такая парадигма редакционной политики позволяет «Quartz» экспериментировать и добиваться результатов.

Последним видным нововведением стал индикатор достоверности на сайте, который позволяет читателю понимать, проверенная перед ним информация или очередной слух.

Впервые такая технология была применена в марте 2015 года, когда на портале вышел материал об услугах стримминга HBO Now «HBO's streaming service for cord cutters: What we know, what we think we know, and what we don't know yet» [6]. Перед началом журналистской публикации размещается своеобразная памятка, демонстрирующая, как в тексте выделяются достоверная правда и слухи:

- «Key to reading this story» – Ключ к прочтению статьи;
- «What we know for certain» – «Что мы знаем наверняка»;
- «What we think we know» – «Мы думаем, что точно это знаем»;
- «What we don't yet know» – «Что мы еще не знаем».

Автор вручную при выкладывании материала на сайт выделяет правдивую информацию более темным цветом, в то время как возможную диффамацию или провокацию – серым.

В августе 2015 года более функциональную версию «индикатора правдивости» ввели разработчики на сайте Meduza.io.

«С сегодняшнего дня мы вводим цветовую дифференциацию новостей. Рядом с заголовками появились красные, желтые и зеленые метки, которые помогут вам разобраться в достоверности информации», – говорит в официальном обращении к пользователям Дмитрий Томилов, шеф-редактор «Медузы».

Рядом с заголовком материала был расположен индикатор, который может «гореть» тремя цветами – зеленым, желтым и красным. Тот или иной цвет означает достоверность источника, от которого получена информация. «Зеленым» помечены официальные заявления властей, сообщения от непосредственных участников событий или из собственных достоверных источников издания. «Желтым» – информация, требующая дополнительных деталей и подтверждения. «Красным» – слухи, сплетни и различная непроверенная, но очень востребованная в Сети информация.

Приведенные тенденции не требуют от журналиста обучения новым навыкам, особенного подхода к написанию материалов или несовместимого с нормальной жизнью 24-часового графика работы. Подобные технические нововведения позволяют расширить функционал сайта, а следовательно, каждого материала на нем. Такой небезразличный подход – забота об удобстве для пользователя – привлекает аудиторию, цепляет и удерживает надолго.

Для современной журналистики важно осознавать зависимость от потребностей аудитории, которые меняются достаточно часто. Пробриться через огромные потоки информации к своим читателям бывает сложно, однако данный процесс обоюдный – людям приходится учиться ориентироваться в огромных потоках информации, чтобы вычлнить из нее нужную и интересную. Именно эта тенденция, на наш взгляд, будет лидировать в ближайшие годы в СМИ. И первый шаг навстречу аудитории через информационный мусор и шум должны сделать именно средства массовой информации.

#### *Литература*

1. Варганова, Е.Л. О современном понимании СМИ и журналистики / Е.Л. Варганова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/521>. – Дата доступа: 26.05.2015.
2. Интернет в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://magazines.russ.ru/oz%20/2003/4/2003\\_4\\_19.html](http://magazines.russ.ru/oz%20/2003/4/2003_4_19.html). – Дата доступа: 24.03.2015.
3. Упаковщики новостей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/doc/2453925>. – Дата доступа: 21.10.2015.
4. Как делается «Медуза». На самом деле [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://medium.com/meduza-how-it-works/-1a99202d27a3>. – Дата доступа: 20.10.2015.
5. The spread of marijuana legalization, explained [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vox.com/cards/marijuana-legalization>. – Дата доступа: 09.03.2015.
6. HBO's streaming service for cord cutters: What we know, what we think we know, and what we don't know yet [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://qz.com/357668/hbos-streaming-service-for-cord-cutters-what-we-know-what-we-think-we-know-and-what-we-dont-know-yet/>. – Дата доступа: 10.05.2015.

## **ОСНОВНЫЕ КОНЦЕПЦИИ И ОСОБЕННОСТИ НОВЫХ МЕДИА**

Развитие информационных технологий открыло новые горизонты в жизни человека, в том числе в сфере массмедиа. Существенное кардинальное изменение получения и распространения информации, а также интеграция с социальными сетями различных типов СМИ заставляют экспертов всего мира изучать новые тренды современных средств массовой информации. В эпоху web 2.0 произошла трансформация медиаландшафта, возник новый формат интерактивного взаимодействия с аудиторией, получили развитие социальные сети, появились различные ресурсы для обмена фото-, аудио- и видеоконтентом. Именно все эти новые виды коммуникации в области медиаиндустрии получили названия «новых медиа» (New Media). Благодаря новым медиа любой пользователь сможет создавать и публиковать авторский контент и стать гражданским журналистом. На практике гражданская журналистика спасает от воинственности, коррупции, догматизма, а также от терроризма, позволяя всем желающим выражать свои взгляды на жизнь. Такой способ плодотворного диалога может создать условия для единства, мира и процветания, что будет способствовать продвижению демократии, соблюдению прав человека и развитию страны.

По мнению российского исследователя К.А. Карякиной, «новые медиа» – это достаточно широкий круг мультимедийных информационных ресурсов, в основе которых лежат принципы конвергенции технологий и форм создания контента». При этом на английском языке слово «медиа» (Media) имеет достаточно широкий смысл, существуют многообразные понятия этого термина, где главным условием «новых медиа» являются использование современных цифровых технологий, распространение любого контента (текст, звук, фото и видео) через сети, а также интерактивные связи с аудиторией. Таким образом, на Западе термин «новые медиа» означает ряд разных цифровых коммуникационных сервисов, которые так или иначе характеризуются рядом единых и общих признаков [2].

Новые средства массовой информации оказывают влияние на то, как мы видим мир. Д. Зиллман и Дж. Брайант [3] отмечают проникающий характер средств массовой информации в нашей жизни, которые во многом определяют наше мышление и социальное поведение. Одним из способов измерения влияния новых средств массовой информации является изучение освещения новостей, в частности выявление ряда специфических черт, которыми они отличаются от традиционных средств массовой информации.