

і маладыя бярозкі, шчыльна захінутыя ад самага падножжа да першых галін у бялюткія атласныя прасцінкі, якія прырода размалявала чорнымі прадаўгаватымі рыскамі» [3, с. 6].

У абразку «Чаканне жывой вады», які быў надрукаваны ў «Звяздзе» з нагоды 80-годдзя Барыса Васільевіча, аўтар зноў звяртаецца да любімай тэмы і апавядае, як напрудвесні ногі самі прывялі яго да заповітнага бярозавага гаю. «Некалі я тут рабіў падсочку. Потым адумаўся. Шкада мне стала бяроз. Мне здалася, што параненыя дрэвы плачуць. Але ўвесну, калі прагнуцца бярозы і пачнуць смактаць сокі зямлі, я прыходжу і раблю на белай кары адной з бяроз невялікі надрэз і прымацоўваю пад ім кляновы латочак...Колькі казак у народзе складзена пра жывую і мёртвую ваду. Дык вось, мне здаецца, што бярозавы сок – гэта і ёсць жывая вада».

Завяршаючы размову пра абразкі Б.В. Стральцова, прысвечаныя прыродзе, хачу сказаць наступнае. Калі перачытваеш іх, нараджаецца адчуванне, быццам ты апынуўся вясной ў беластвольным гаі і п'еш пахучы бярозавік. І ён, як жывая вада, абуджае тваю энергію, пачуцці, напаўняе істоту жыватворнай сілай зямлі. Гэта сапраўднае мастацтва.

Літаратура

1. Стральцоў, Б.В. Асновы літаратурна-мастацкай творчасці: Вучэб.-метад. дапаможнік: У 2 ч. Ч.І / Б.В. Стральцоў. – Мінск, БДУ, 1999. – 66 с.
2. Стральцоў, Б.В. Капуснік, або Лад жыцця / Б.В. Стральцоў. – Мінск: ВЭВЭР, 2007. – 170 с.
3. Стральцоў, Б.В. Чарадзежны туман / Б.В. Стральцоў. – Мінск: Выдавецтва «Беларускі дом друку», 2000. – 110 с.

Дмитрий Дроздов

Белорусский государственный университет

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ПРОБЛЕМЕ ТЕХНОЛОГИЙ СОЗДАНИЯ ЖУРНАЛИСТСКОГО КОНТЕНТА

Дилемму сочетания подсознательного и рационального начал в процессе творчества сформулировал в свое время еще А.С. Пушкин, который в «Маленьких трагедиях» противопоставил Моцарта и Сальери, ничем не ограничиваемый полет творческой фантазии и «гармонию, поверенную алгеброй». Безусловно, суть вопроса заключается здесь в определении самого феномена искусства, во всестороннем анализе его многочисленных проявлений, особенно в XX веке, когда именно массовая культура стала определяющим фактором развития общества, а средства массовой информации приобрели статус важнейшего социального института.

С момента возникновения журналистики и до настоящего времени ученые и практики пытаются дать ей однозначную и всеобъемлющую характеристику, исследовать ее роль и место в политических, экономических, культурных и других процессах общественного развития. Сама этимология названия, включающая французское слово «день», уже предполагает, что журналистика не является искусством, которое по определению описывает «вечное». Выражение «журналистское ремесло», возникшее достаточно давно, само по себе не несет ничего уничижительного, а лишь имеет в виду тот информационный конвейер, на котором творческий работник СМИ ежедневно участвует в «сборке» контента газеты, журнала, новостной ленты, телевизионной или радиопрограммы, сайта. Приемы и методы журналистской деятельности, система составляющих профессионального мастерства журналиста в комплексе «личность журналиста – творческий процесс – информационные продукты и услуги – продвижение журналистского контента» всегда привлекали к себе внимание исследователей, но до сих пор не выработан единый подход к технологиям создания текстов. Это объясняется причинами объективного характера, начиная от жанровых особенностей материалов и заканчивая социокультурными особенностями национальных систем средств массовой информации.

На постсоветском пространстве доминируют два подхода к изучению данной проблемы: традиционный и новый, во многом связанный с интернет-журналистикой, конвергентными процессами и кросс-медиа. В качестве образчика первого подхода предлагаем рассмотреть работу российского ученого М.Н. Кима «Технология создания журналистского произведения» [1]. Свою концепцию анализа журналистского творчества М.Н. Ким основывает на особенностях взаимодействия журналиста и редакционного коллектива, хотя назвать его методикой научно сложно с учетом хотя бы употребляемых терминов и понятий: «слагаемые редакционной работы», «работа по «уставу», «свободное творческое парение» и т. д. По нашему мнению, начинать исследование данной проблемы следует с личности журналиста, его качеств и компетенций, ведь именно творческий сотрудник создает медиаконтент. В этом случае необходим системный подход с рассмотрением всех аспектов административного и творческого менеджмента СМИ, а также менеджмента человеческого капитала и талантов.

Технологии создания журналистского контента должны характеризоваться максимальной конкретностью и применимостью на практике, а описание традиционных способов журналистского познания действительности, роли воображения в журналистском творчестве, замысла, накопления материала, структуры, проблемы, гипотезы и т. п., которым М.Н. Ким уделяет много внимания, отличается чрезмерной абстрактностью и теоретизированием. Самое главное, в работе отсутствуют *новизна*, которая по опре-

делению является главной характеристикой творческого подхода в любой сфере деятельности, и *практическая значимость*, имеющие в современных условиях инновационного развития решающее значение.

Развитие информационно-коммуникационных технологий, появление новых медиа, постоянное увеличение объема оперируемой информации вызвали потребность в научно-практическом осмыслении процесса производства информационных продуктов и услуг, выработке технологий оперативного и качественного создания медиаконтента. Дело дошло даже до создания компьютерных программ, которые самостоятельно создают информационные сообщения. Например, программа «News Maker» автоматически обрабатывает видеосоюжеты на специализированных порталах, в социальных сетях и пишет новости. Однако вопрос о полноценной замене в редакциях журналистов компьютерами, конечно же, пока не ставится.

Информационное общество, когда традиционные СМИ постепенно эволюционируют в мультимедийные, требует от современного журналиста быть универсальным профессионалом, уметь создавать медиапродукты различных форматов: печатного, вещательного, онлайн и мобильного. Соответствующие изменения должны быть внесены и в систему журналистского образования. В данных условиях различные курсы и школы журналистики проявляют большую мобильность в сравнении с факультетами журналистики университетов. Примером такого практико-ориентированного научного подхода может быть программа тренинга «Технология создания контента для on-line и off-line СМИ», который для контент-журналистов проводит Русская школа управления в Санкт-Петербурге.

В соответствии с принципами современного маркетинга новый подход к медиатворчеству базируется на изучении существенных характеристик, закономерностей формирования и диверсификации современной аудитории, особенностей потребления ею медиаконтента, при этом особое внимание уделяется изменению роли потребителя массовой информации и функционированию гражданской журналистики. Творческий аспект данного подхода проявляется также в рассмотрении трансформации журналистских жанров в условиях конвергенции, анализе особенностей выработки стратегии создания медийного контента с учетом его гипотетической мультимедийности и мультиплатформенности, единства вербального и визуального компонентов.

Современным требованиям соответствует и научно обоснованная методика работы с такими источниками информации, как пресс-центры и пресс-службы учреждений, организаций и компаний, направленная на достижение консенсуса между журналистом и пресс-секретарем по поводу значимости того или иного информационного повода. Еще одним важным источником информации, средством и средой продвижения медиаконтента сегодня стали социальные сети, поэтому овладение навыками работы в них является

необходимым условием эффективной деятельности современного журналиста. С другой стороны, все исследователи констатируют наличие проблемы достоверности информации в сети, а также низкую степень ее соответствия общепринятым морально-этическим и профессиональным нормам. Поэтому исследование данных характеристик медиатекстов абсолютно обоснованно.

Показательно, что в западной медиалогии проблема создания качественных журналистских текстов практически не рассматривается. По нашему мнению, такое положение объясняется тем, что в условиях жесткой правовой защиты авторских прав и интеллектуальной собственности технологии создания медиаконтента приобретают статус ноу-хау и коммерческой тайны, когда открыто делиться ими означает поддерживать своих конкурентов на рынке массовой информации. Однако с развитием глобальной сети все большее распространение получает контент-менеджмент (content management), связанный с оперативным и всесторонним наполнением сайтов качественной информацией различных видов и форм, а также своевременным получением необходимой информации из веб-ресурсов. По сути это системы управления своими информационными потоками, в первую очередь в интернете, основанные на единстве текста и изображения с учетом существенных особенностей (ключевые слова с использованием инструментов Google Trends, Adwords Keyword, Key Collector и др., видео, фотографии, рисунки, инфографика, использование мета-тегов).

Создано и постоянно обновляется большое количество компьютерных программ, которые позволяют эффективно оперировать контентом как собственного сайта, так и использовать информацию других интернет-источников. Например, программа Content Management Systems (CMS) позволяет оперативно создавать и обрабатывать графику и другие изображения, а с помощью IPTV Media Content Management можно скачивать и использовать в своих целях фильмы, игры, интерактивное видео и другие материалы интернет-телевидения, с помощью Social Content Management – оперировать необходимым контентом из социальных сетей. Бесплатная программа Media Content Management Music-review v1.12 [3] позволяет эффективно управлять контентом музыкального сайта, за считанные минуты создавать законченные обзоры музыки разных стилей, быстро добавлять, редактировать или обновлять информацию.

Проблема создания качественных и одновременно востребованных журналистских произведений стара, как сама журналистика, так же сложна и многогранна. Очевидно, что журналистское творчество имеет свои закономерности, которые могут и должны быть научно осмыслены с целью получения конкретных практических рекомендаций по оптимизации процесса производства массовой информации. Конвергентные тенденции в деятельности медиа, широкое использование информационно-коммуникационных

технологий облегчает эту задачу, способствует развитию журналистики на новом витке ее развития.

Литература

1. Ким, М.Н. Технология создания журналистского произведения / М.Н. Ким – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2001. – 320 с.
2. Технология создания контента для on-line и of-line СМИ [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://uprav.ru/kursy-zhurnalistiki/tehnologiya-sozdaniya-kontenta-dlya-on-line-i-off-line-smi/>– Дата доступа: 18.09.2015.
3. Media Content Management Music-review v1.12 [Electronic resource]. – Mode of access: http://www.filebuzz.com/fileinfo/141535/Media_Content_Management_Music_Review.html – Date of access: 09.10.2015.

Людмила Зубанова

Челябинская государственная академия культуры и искусств (Россия)

ЦЕННОСТНЫЕ НАРРАТИВЫ МЕДИАПРОСТРАНСТВА: ВОЗМОЖНОСТИ СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ РЕКОНСТРУКЦИИ

Вынесенный в заглавие данной статьи термин «социологическая реконструкция» понимается Д.Г. Ротманом как особый исследовательский подход, направленный на получение «...единого, логически выверенного текста, который выступает не только описанием событий, но и является анализом причин и последствий происходящего» [5, с.149]. Другими словами, речь может идти о комплексной диагностике социального фона, конкретизированного в доминирующих ценностных сценариях действительности, диагнозе духовной ситуации. Общая духовная ситуация времени во многом определяется характером культурной идентичности со значимыми символами, идеями и ориентирами времени – смысловым образом действительности или базовой метафорой идентичности [3]. Поиск репрезентативной и легитимной платформы подобного озвучивания актуальных для того или иного времени ценностных нарративов связывается нами с диагностикой медиапространства, фиксирующего и упорядочивающего изменчивость жизни в информационных картинах дня, недели, месяца, года, десятилетия; выполняющей функции референции (создания образцов, легитимизирующих социальные практики и нормирующих отношения к ним) и репрезентации (производство и оформление способов мышления, существующих в обществе в разных социальных группах). Средства массовой информации как «действующие метафоры» (М. Маклюэн) или «современные мифы» (Р. Барт) обеспечивают символическое единство социальной среды, сплетая, по мнению К. Гирца, «паутину значений» современной действительности, объединяя рассыпающуюся фрагментарность социального бытия в целостно-упорядоченный конструктор.