

ЖУРНАЛИСТСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

А. А. Градюшко
(г. Минск, Республика Беларусь)

БЕЛОРУССКИЕ ИНТЕРНЕТ-СМИ В СИСТЕМЕ ПРОИЗВОДСТВА И РАСПРОСТРАНЕНИЯ ЦИФРОВОГО КОНТЕНТА

Аннотация. В работе представлены результаты исследования медиасферы Республики Беларусь. Выявляются особенности поведения интернет-пользователей. Рассматриваются тенденции развития интернет-СМИ под влиянием цифровых технологий. Подчеркивается, что одним из важнейших факторов развития журналистики в Интернете стала визуализация. Показываются особенности мобильной журналистики в период перехода белорусских медиа к цифровому формату.

Ключевые слова: цифровые технологии, журналистские материалы, визуальный контент, СМИ Республики Беларусь, социальные медиа, мобильные медиа.

Abstract. The article presents the results of the study of Belarusian media sphere. Peculiarities of behavior of Internet users are revealed. The tendencies of the development of online media under the influence of digital technologies are analyzed. It is emphasized that one of the most important factors in the development of journalism on the Internet has become a visualization. Specific features of the mobile journalism in the period of transition of the Belarusian media to digital format are defined.

Key words: digital technologies, journalistic materials, visual content, media in Republic of Belarus, social media, mobile media.

Дигитализация, или перевод содержания СМИ в цифровой формат, приводит к значительным изменениям медиасферы, «подстегивается общей дигитализацией экономики, а также развитием технологий передачи информации» [2: 130]. Журналистское творчество в современных медиа трансформируется под влиянием ряда технологических факторов. Редакции используют новые мобильные и визуальные форматы. Меняются формы работы с контентом и способы его упаковки. Важнейшим направлением работы современных СМИ становится продвижение в социальных сетях. Эти глобальные тренды очевидны как для российской, так и для белорусской медиасферы.

В 2016 г. Google впервые включил Республику Беларусь в список исследуемых стран по теме «Особенности поведения интернет-пользователя» (Connected Consumer Survey 2016) [7]. Компания TNS Infratest по заказу Google с января по март опросила 1000 белорусских респондентов в возрасте 16+ в формате телефонного и персонального интервью. Как показало исследование, 91 % белорусов ежедневно заходят во всемирную сеть. Среди опрошенных пользователей в возрасте до 35 лет этот показатель составил 98 %.

На одного белоруса в среднем приходится 1,8 устройства, подключенного к глобальной сети, а каждый десятый имеет доступ к четырем и более гаджетам. По данным исследования, сегодня 59 % белорусов являются пользователями смартфонов. Среди молодых людей в возрасте до 35 лет эта цифра достигает 89 %. Ежедневно жители страны используют смартфоны для поиска информации – 58 %, общения в соцсетях – 53 %, просмотра онлайн-видео – 43 %. Следуют особо

подчеркнуть, что 79 % интернет-пользователей моложе 35 лет смотрят онлайн-видео как минимум раз в неделю. В целом становится все более очевидным тот факт, то журналистский текст в новой технологической среде ощущает серьезное давление со стороны аудитории, «массово экипированной новейшими девайсами для получения новых пакетов информации» [5: 23].

Проникновение мобильной связи в Республике Беларусь в 2016 г. достигло 120 % (более 11,5 млн активных пользователей). Причем более 7 млн пользуются мобильным интернетом. Десктопы теряют свое значение, все большую актуальность приобретает стратегия mobile-first. Присутствие интернет-СМИ в мобильном веб-пространстве возможно в следующих четырех форматах: десктопный сайт, адаптивный дизайн, мобильная версия сайта и мобильное приложение [4: 50]. Правда, до сих пор многие ведущие белорусские СМИ (например, портал газеты «СБ. Беларусь сегодня» sb.by) имеют лишь неадаптированные сайты.

В августе 2016 г. адаптивный дизайн представил белорусский портал Onliner.by. Почти 30 % пользователей заходят на него со смартфонов, 6 % с планшетов и 64 % с десктопов и ноутбуков. Для нового дизайна характерен размер текста, удобный для чтения без масштабирования, отсутствие горизонтальной прокрутки (необходимости двигать контент вправо-влево), крупные кнопки, ссылки, удобные для нажатия пальцем. На портале были внедрены новые технологические решения, в частности, лонгриды. Появление визуальных историй – принципиально новый способ организации информации в журналистском тексте [6: 57].

В эпоху стремительного развития цифровых технологий все более очевидной становится тенденция визуализации контента. Мы наблюдаем изменения статуса журналистики, связанные с превалированием визуального способа доставки массовой информации. К основным средствам визуализации в белорусских интернет-СМИ мы можем отнести фотографии, инфографику, видеосюжеты. В социальных медиа получили распространение мемы, коубы, анимированные фотографии. Среди гибридных форматов представления контента мы можем выделить мультимедийные статьи (лонгриды).

Портал Onliner.by в своих фоторепортажах использует изображения в разрешении 1400×933 и 1100×733px, что позволяет рассмотреть их в высоком качестве. К ведущему творческому приему, используемому порталом, мы можем отнести чередование текста и фото. Пользователи прекращают чтение и закрывают статью, если видят перед собой длинный монотонный текст. На Onliner.by также размещаются фотографии с ползунком было/стало. К тексту часто добавляется видеосюжет длительностью 2–3 мин. Востребованы также различные игровые форматы мультимедийной журналистики [3: 105].

Для визуализации информации в белорусских интернет-СМИ используется и такой формат контента, как инфографика. На портале Tut.by работает команда по журналистике данных, создающая интерактивную инфографику с помощью пакета визуализации и аналитики Tableau. К числу наиболее успешных работ, размещенных на портале в 2016 г., мы можем отнести публикации «Кто, откуда и за сколько пробежал? Все о Минском полумарафоне – в одной инфографике» и «Торнадо, ураганы, аномальная жара. Каким было лето-2016». Такие белорусские онлайн-издания, как Citydog.by, 34mag.net и Куку.org также успешно используют мульти-

медийный подход для создания привлекательных пользовательских интерфейсов и привлечения молодой аудитории.

Дальнейшая интеграция с социальными сетями – еще один вызов для белорусских медиа, которые создают свои страницы во «ВКонтакте», «Одноклассники», Facebook. Правда, доля переходов из них на сайты газет невелика и в среднем составляет около 10–12 % в общей структуре трафика. У таких медиаресурсов, как *Kyky.org*, *Citydog.by*, *34mag.net* и др. этот показатель может достигать до 30 %. В целом же ситуация такова, что аудитория использует социальные медиа, не переходя по ссылкам за их пределы. Сами же тексты соцсетей «отличаются лаконичностью и преобладанием визуальной составляющей по сравнению с вербальной» [1: 41]. Социальные сети стремятся создать для пользователей замкнутый мир, из которого не нужно выходить, чтобы прочитать новости, пообщаться с друзьями и т.п.

В этом плане хотелось бы особо отметить тот факт, что в апреле 2016 г. Facebook открыл доступ к Instant Articles – «быстрым статьям», которые можно читать прямо внутри соцсети. В ленте новостей на смартфоне такие статьи отмечены молнией. Пользователь может и не знать, что он не переходит на сайт издания. В Беларуси Instant Articles уже внедрили «Радыё «Свабода», «Спутник», «Наша Ніва». Статьи в Facebook мгновенно загружаются, снабжены крупными фотографиями, которые можно разворачивать на весь экран, наклоняя смартфон вправо и влево. Далеко не случайно в 2014 г. глава Facebook Марк Цукерберг говорил, что он стремится превратить ленту новостей в идеальную персонализированную новостную газету для каждого пользователя в мире.

Пять лет назад основным форматом контента в Facebook был текст. Но если переместиться на пять лет вперед, то, вероятно, значительную часть будет занимать видео. В апреле 2016 г. для всех пользователей Facebook стал доступен сервис прямых видеотрансляций. Каждый пользователь теперь может транслировать видео. Это может быть прямой эфир с различных мероприятий, концертов, спортивных соревнований и др. Сервис Facebook Live в Беларуси уже использует, например, портал *Tut.by*. В реальном времени есть возможность наблюдать, как во время трансляции меняется количество участников, как они реагируют, какие комментарии оставляют.

Таким образом, полученные в ходе исследования данные позволяют утверждать, что медиасфера Республики Беларусь трансформируется под влиянием ряда факторов, среди которых можно выделить, в первую очередь, технологический. Меняется также содержание работы и профессиональные компетенции журналистов. Безусловно, на темпы внедрения цифровых технологий в практику творческой деятельности влияют также экономическое положение редакций, динамика рынка интернет-рекламы и дотационного сегмента медиарынка, показатели медиаконцентрации, кадровая ситуация и др. В любом случае очевидно, что новые механизмы распространения контента должны внимательно изучаться и браться на вооружение белорусскими интернет-СМИ.

Список литературы

1. Балахонская, Л. В. Специфика PR-текстов в сети Интернет: коммуникативно-прагматический аспект / Л. В. Балахонская, И. А. Быков // Научный вестник Воронежского государ-

- ственного архитектурно-строительного университета. Серия: Современные лингвистические и методико-дидактические исследования. – 2014. – № 2 (22). – С. 41–59.
2. Бодрунова, С. С. Медиарынок Великобритании и газетный кризис: стратегии выживания газет в период дигитализации медиапроизводства / С. С. Бодрунова // Экономическое возрождение России. – 2013. – № 4 (38). – С. 129–142.
4. Волкова, И. И. Игровые форматы мультимедийной журналистики / И. И. Волкова // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение, журналистика. – 2014. – № 1. – С. 105–112.
5. Градюшко, А. А. Печатные СМИ Республики Беларусь в эпоху новых медиа / А. А. Градюшко // Век информации. – 2016. – № 2. – С. 50–52.
6. Загидуллина, М. В. Журнализм и вызовы современных технологий: Net-мышление как новый виток развития человеческих способностей / М. В. Загидуллина // Вестник Челябинского государственного университета. – 2015. – № 5 (360). – С. 20–25.
7. Симакова, С. И. Специфика визуализации информации / С. И. Симакова // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела. – 2016. – № 3. – С. 57–63.
8. Connected Consumer Survey 2016. – URL: <https://goo.gl/9QaYnK>

Г. Е. Зелинская
(г. Пенза, Россия)

ОТ ИГРЫ ДО ПРАКТИКИ

Аннотация. В статье рассматривается система довузовской подготовки по специальности «журналистика» учащихся Центра технологического обучения г. Пензы.

Ключевые слова: профориентация, учебная программа, содержание, практическая направленность, информационный продукт.

Abstract. The article considers curriculum as a part of pre-university preparation system on journalistic of students in Center technological education of Penza .

Key words: career guidance, curriculum, content, practical orientation, information product.

Сегодня никого не надо убеждать в необходимости профориентационной работы и довузовской профессиональной подготовки, в школах повсеместно открываются профильные классы («медицинские», «юридические», «экономические» и др.). На факультеты и отделения журналистики традиционно поступают преимущественно успешные выпускники «гуманитарных» классов или молодые люди, имеющие склонность к сочинительству. Но представление о журналистике как о профессии имеют немногие из них, что и ведет впоследствии к разочарованиям, учебе «ради диплома» и работе не по полученной специальности.

Состояние отечественного рынка труда таково, что профориентационная работа нацелена в первую очередь на знакомство школьников с техническими специальностями и ликвидацию острой нехватки рабочих профессий. Зачастую не учитывается бурный рост медиаиндустрии, что привело к огромным потребностям в квалифицированных кадрах и, кстати, к тому, что в журналистику пришло много людей, не обладающих даже началами профессионализма.

Бурный приток в редакции СМИ начинающих журналистов выявил необходимость выстраивания концепции работы со старшими школьниками, ориентиро-