

СОВРЕМЕННАЯ БЕЛОРУССКАЯ ФОТОЖУРНАЛИСТИКА В МЕДИАСФЕРЕ ИНТЕРНЕТА

Александр Градюшко

Параметры и ландшафт национального сегмента сети Интернет меняются каждый день, но неизменным остается только одно – общий вектор стремительного развития. Ведущие белорусские СМИ сегодня представлены в интернете уже не столько в качестве веб-версий, сколько в виде новых по формату веб-ресурсов, сочетающих в себе интерактивные и мультимедийные сервисы. Современный этап развития веб-журналистики Беларуси характеризуется модификацией творческих методов и приемов. Важнейшим из них является визуализация.

СТАНОВЛЕНИЕ И ЭВОЛЮЦИЯ ФОТОЖУРНАЛИСТИКИ В ИНТЕРНЕТЕ

Оценивая состояние веб-журналистики в современном мире, можно отметить, что в постоянном информационном потоке становится все сложнее донести текстовую информацию до потребителя. Читатель хочет визуализировать контент, самостоятельно моделировать картину происходящего, опираясь на «живые» фотографии, оригинальные рисунки, доходчивую инфографику. Мозг обрабатывает визуальную информацию в 50 раз быстрее, чем текстовую. Скорость реакции на визуальные образы составляет 3–4 секунды, поэтому если читатель в интернете рядом с заголовком видит привлекательную фотографию, он наверняка заинтересуется новостью.

По некоторым данным, среднестатистический пользователь читает всего 20 % текстового контента веб-страницы. Люди редко знакомятся с содержанием интернет-страниц досконально, вместо этого они в первую очередь обращают внимание на заголовки журналистских публикаций, «сканируя» взглядом сайт, отыскивая на нем ключевые слова, фразы и визуальные ориентиры. В связи с этим весьма уместны слова автора книги «Новостная интернет-журналистика» А. Амзина: «Ваш читатель любит картинки. Каким бы гениальным ни был написанный текст, он всегда выглядит лучше с картинкой» [1, с. 100].

Потребители новостей все чаще отдают предпочтение визуальному контенту – фотографиям, инфо графике, видеороликам, слайд-шоу [11, с. 197]. Следует признать тот факт, что фотоиллюстрации к журналистским материалам еще с самого зарождения фотографического искусства стали неотъемлемой частью облика СМИ. Однако сегодня в интернете визуальный контент востребован как никогда ранее, что в значительной степени обусловлено новейшими технологическими возможностями интернет-СМИ. Теперь фотограф может реализовать практически любой творческий замысел, он стал поистине свободным в создании фотографии

как произведения искусства [2, с. 123]. Основные тенденции развития современной белорусской фотожурналистики в медиасфере интернета, на наш взгляд, прослеживаются достаточно четко. Некоторые из них имеют уже вполне определенные контуры, некоторые только начинают формироваться.

Обобщая теоретический опыт развития фотожурналистики и результаты его научного осмысления, можно сказать, что в интернете на пути своего становления она прошла определенные этапы, для каждого из которых присущ свой характер, продиктованный знаковыми событиями и явлениями. В июле 1996 г. появился первый сайт белорусского СМИ newsvm.com, который создала газета «Вечерний Минск». Специально для интернета в этот период никто не писал и не пытался адаптировать контент, например, газеты к сайту. Статьи и фото просто переносились на веб-ресурс. Впрочем, интернет в этот период был доступен лишь ограниченному кругу людей. В 2000 г. началось освоение сети традиционной журналистикой. В интернете были созданы веб-версии республиканских печатных СМИ Беларуси, однако они в большинстве представляли собой «клоны» газет с полной перепечаткой фотографий из родительских изданий [5, с. 182].

Процесс превращения интернет-СМИ в действительно мультимедийные продлился около 10 лет. Лишь в 2005–2006 гг. пришло понимание того, что интернет – особая среда, которой свойственна мультимедийная подача информации. Многие редакции стали реконструировать свои веб-ресурсы, создавать контент специально для интернета, размещать на сайтах фоторепортажи. Во многом это стало возможным благодаря увеличению скорости доступа в сеть. На этапе с 2006 по 2009 г. интернет стал важным информационным каналом, на сайтах добавились интерактивные и мультимедийные сервисы. Белорусская журналистика сделала значительный рывок в развитии онлайн-медиа.

Период с 2010 по 2012 г. отмечен дальнейшим расширением использования визуальных элементов в интернет-СМИ. В это время были созданы сайты всех областных, городских и районных СМИ Беларуси. Новые медиапроекты запустили ведущие белорусские порталы TUT.by и Onliner.by. Оперативность представления фотографии в сети вышла на совершенно новый уровень. Профессиональные новостные веб-ресурсы начали испытывать конкуренцию со стороны социальных медиа «ВКонтакте», Twitter, Facebook. Получила развитие мобилография. Фотографии, сделанные на цифровую камеру мобильного телефона и обработанные соответствующими приложениями (Instagram), сегодня можно встретить во всех социальных сетях.

Двадцать первый век является веком цифры. По мнению ряда исследователей, «сегодня совершенно очевидно, что цифра, умение работать с цифрой, умение принимать входящий цифровой поток является, наверное, неотъемлемой частью требований к современному журналисту» [8]. Современные интернет-СМИ невозможно представить без обилия цифровых фотографий. В отличие от газеты в сети никто не ограничивает число и размер фото. Если они способны качественно и более полно проиллюстрировать и объяснить, о чем идет речь в материале, публикация только выигрывает от этого.

ТВОРЧЕСКИЕ МЕТОДЫ И ПРИЕМЫ ВИЗУАЛИЗАЦИИ

Некоторые особенности творческих методов и приемов современной белорусской фотожурналистики рассмотрим на примере крупнейших информационных порталов, а также сайтов наиболее популярных печатных СМИ. Важным

преимуществом порталов TUT.BY и Onliner.by можно назвать продуманный и наиболее профессиональный в национальном интернет-сегменте подход к созданию востребованного новостного продукта. Порталы обладают штатом профессиональных журналистов и работают без выходных. Кроме того, редакции этих веб-ресурсов стремятся улучшить и разнообразить публикуемый контент за счет использования различных средств визуализации.

Портал Onliner.by имеет на главной странице крупные визуальные блоки, посвященные самым привлекательным с точки зрения читательского интереса новостям – так называемым главным материалам. В этом блоке, находящемся в первом поле зрения интернет-пользователей, материалы размещаются редакторами вручную, исходя из их значительности и злободневности. Каждый из них снабжается иллюстрацией, способной «зацепить» внимание и вызвать интерес.

С уверенностью можно сказать, что если читатель рядом с заголовком видит привлекательную фотографию, он наверняка заинтересуется новостью. Кроме того, в самих заголовках часто используются слова «фоторепортаж», «фотофакт», «видеорепортаж», «+фото», «+видео». В этом контексте показательны примеры портала Onliner.by: «Фоторепортаж: студенты иняза справили новоселье в новом общежитии» (30 марта 2013 г.), «Фотофакт: зал ожидания Минского железнодорожного вокзала после реконструкции» (8 ноября 2013 г.).

Довольно часто можно встретить репортажи, содержащие до 50–60 иллюстраций и даже больше. В этом плане мы полностью согласны с авторитетным белорусским исследователем фотожурналистики В. И. Шимолиным, полагающим, что «фоторепортаж – жанр, дающий широкий простор для деятельности фотожурналиста, позволяющий реализовать смелые творческие фантазии» [9, с. 111]. Добавим, что в веб-журналистике потенциал фоторепортажа раскрывается в наиболее полной мере. Например, фоторепортаж с республиканского фестиваля-ярмарки «Дажынкi-2013» состоял из 141 фотографии. Таким образом, многообразие типов медиатекстов, функционирующих в системе интернет-пространства, диктует необходимость визуализации информации и создает интегрированную мультимедийную информационную среду.



Главная страница портала Onliner.by

В интернете традиционный фоторепортаж получил дополнительные возможности для повышения своей информативности и привлекательности. В интернет-СМИ этот жанр способен максимально подробно, оперативно, наглядно и в удобном виде донести до пользователя информационное сообщение. Именно указанные причины и предопределили активное развитие фоторепортажа в интернет-журналистике. Это стало возможным благодаря использованию особенностей материалов в онлайн-медиа. К их числу относятся мультимедийность, гипертекстуальность, интерактивность и неограниченный объем.

Представляя собой законченную, объективную, оперативную и наглядную форму новостной журналистики, фоторепортаж по праву занимает одно из ведущих мест в новостных лентах ведущих белорусских интернет-СМИ. В интернет-среде он обрел для своих потребителей еще более привлекательный, чем в формате традиционных СМИ, внешний вид. В настоящее время материалы этого жанра составляют около 5 % от общего объема публикуемых новостных материалов на крупнейших белорусских интернет-порталах. Следует заметить, что это самый высокий показатель среди «визуальных» жанров в интернет-СМИ.

В этом плане уместно привести статистику просмотров некоторых материалов, вышедших на портале Onliner.by в марте 2014 г. В частности, в топ-10 вошли такие материалы, как «В Москву – за автомобилем! Репортаж с лафетом» (120 628 просмотров), «Репортаж: "полкабана" по-русски – на шопинг в Финляндию за икрой и легендарным качеством» (76 051 просмотр), «Гектары меха: репортаж с фермы, где выращивают норку на миллионы долларов» (50 151 просмотр).

Порталам нужны картинки, и желательно побольше. Можно с уверенностью сказать, что в сети снимок начинает выполнять утилитарную роль – развлекать и информировать. Именно фоторепортажи, направленные на реализацию рекреативной функции, пользуются наибольшей популярностью. Например, материал «Тайный гость Onliner.by в ночных клубах Минска! Часть третья: "Титан"» в марте 2014 г. набрал за месяц 145 821 просмотр.

С учетом «Тайного гостя» за месяц портал выпустил 7 материалов, читаемость которых превысила 100 тыс. просмотров. Количество статей, превысивших количество просмотров, равно 50 тыс., составило 38, а всего вышло 82 крупноформатных материала. Многие из них были снабжены большим количеством фотографий. Заметим, что на Onliner.by есть негласное правило, в соответствии с которым в фоторепортажах рекомендуется использовать фото домашних животных (кошек, собачек и др.). Этот факт еще раз свидетельствует о том, что многие материалы «Онлайнера» выполняют в первую очередь развлекательную функцию.

Приведем в качестве примера материал «На МКАД женщина на Mercedes из-за неудачного опережения врезалась в столб», опубликованный на портале Onliner.by 15 января 2014 г. в 11:53. Заголовок соответствует всем стандартам новостной веб-журналистики, содержит ключевые слова новости, сильный глагол, название места происшествия. Под заголовком есть фотография с места ДТП. Также имеется слово «Видео», а также надпись «UPD!», которая сообщает об обновлении размещенной опубликованной ранее информации. Публикация дополняется видеороликом длительностью 37 секунд, а также включает в себя 9 фотографий. Этот материал набрал более 51 тыс. просмотров и свыше 700 комментариев.

Городская жизнь / Минск, Общественя

30.03.2013 в 17:25

355 Фоторепортаж: студенты иняза справили новоселье в новом общежитии 56 фото



Сегодня в Минске официально открыли новое общежитие Студенческой деревни. 18-этажный корпус достался одному из самых «женских» вузов столицы — Минскому государственному лингвистическому университету. Будущие переводчицы и языковеды обживаются здесь уже больше месяца. Представляем наш фоторепортаж с новоселья.



САМОЕ АКТУАЛЬНОЕ

1. В Китае появилось огромный 3D-принтер со скоростью печати 10 готовых домиков в сутки. Себестоимость жилья — \$4800 (видео) ³⁴
2. Нефтегазодобытчики в Сибири, агрогородки в Венесуэле, панельные районы в России и роскошные жилые комплексы в Мексике и Флориде: что строили и строят белорусские архитекторы за границей (38 фото) ⁷⁹
3. Покупаем металлическую входную дверь: некоторые можно вскрыть консервным ножом, замки дороже \$100 многим просто не нужны (21 фото) ³³⁵
4. Оценочная стоимость земли, границы участков, капитальные строения: в интернете появилась публичная кадастровая карта Беларуси ⁷¹
5. 5-летний ребенок утонул в подземном резервуаре для воды, пока отец ненадолго отвлекся ⁷²
6. Фотофакты: заброшенные мегамоллы Америки (60 фото) ⁷⁴⁵
7. Инновации в строительстве: дом из соломы беднее уже не по карману ¹⁰⁴
8. Главный инженер столичного ЖРЭО «зароботал» 1,5 миллиарда на реконструкции арендного жилья ⁷⁹
9. Фоторепортаж: в ТРЦ «Занок» открылись ледовый каток, кинотеатр, бистро и детский развлекательный центр (54 фото) ⁷⁹²
10. «Когда этот ад закончится?» — читатель о том, как его соседи стучат, прыгают со скакалкой и гоняют друг друга по квартире ⁷⁹⁷
11. Изверху видно все: председатель Мингорисполкома и городские чиновники высшего звена осматрели столицу с высоты птичьего полета ¹³⁴
12. Стали известны цены на посещение минского аквапарка ¹³⁴
13. Жилье без излишеств: как строить квартал арендных домов «Магистр» (47 фото) ⁷²³
14. Семью, удочерившую ребенка-сироту, выселяют из «президентского» димика (видео) ¹³⁶



Нефтегазодобытчики в Сибири, агрогородки в Венесуэле, панельные районы в России и роскошные жилые комплексы в Мексике и Флориде: что строили и строят белорусские архитекторы за границей (38 фото)

Вчера в 9:00



Покупаем металлическую входную дверь: некоторые можно вскрыть консервным ножом, замки дороже \$100 многим просто не нужны (21 фото)

18.04.2014 в 8:45



Жилье без излишеств: как строить квартал арендных домов «Магистр» (47 фото)

17.04.2014 в 8:45



Многодетная мама переехала из Перми в белорусскую деревню: «На селе для простого человека больше перспектив — хорошая зарплата и свое хозяйство» (22 фото)

Человек в 8:45



Пример фоторепортажа на портале Onliner.by

Показателен тот факт, что рост аудитории новостных интернет-ресурсов Беларуси происходит тогда, когда случается что-то экстраординарное, волнующее всех. Именно в эти моменты появляется интерес к оперативным сообщениям, которые обычно хорошо проиллюстрированы. Фотографии выставляются в интернете в достаточном разрешении, чтобы можно было рассмотреть все детали. В том случае, если на сайте размещается фоторепортаж, в нем должно быть не менее 10–15 фотографий. Они могут быть также оформлены в виде слайд-шоу. Для иллюстрации текста используются и видеоролики длительностью около 2–3 минут.

Погодные аномалии, например, всегда интересны большому количеству людей, потому что чреваты последствиями для жизни каждого. Циклон «Хавьер», пришедший в Беларусь в марте, установил рекорд посещаемости для новости на TUT.BY в 2013 г. Публикация «Хавьер в Минске: аэропорт закрыт, транспорт стоит, продлена работа метро, а Масленицу перенесли», проиллюстрированная 23 фотографиями, набрала более 494 тыс. просмотров. Кроме того, одним из главных вызовов, на которые пришлось отвечать белорусским СМИ, стала скорость обновления информации. Сегодня с момента, когда произошло событие, и до момента, когда фоторепортаж о нем появился на странице интернет-СМИ, часто проходит всего несколько минут.

ОСОБЕННОСТИ ФОТОЖУРНАЛИСТИКИ В РЕГИОНАЛЬНЫХ ИНТЕРНЕТ-СМИ

Рассматривая особенности развития современной белорусской фотожурналистики в медиасфере интернета, нельзя не упомянуть о месте фоторепортажа в региональных онлайн-изданиях. Популярность региональных СМИ среди местного населения зачастую гораздо выше, чем некоторых республиканских изданий и даже крупнейших порталов, поэтому именно региональные издания являются основным печатным информационным ресурсом за пределами столицы. В то же время темпы внедрения новых технологий в регионах ниже, чем в Минске. В данном контексте особенно показателен, например, тот факт, что в 2006 г. из девяти областных газет свой сайт имела только «Гомельская праўда», а в редакциях некоторых районных газет не было даже доступа к интернету. По состоянию на декабрь 2009 г. из 136 областных, городских и районных газет сайты имело лишь 71 издание.

По решению коллегии Министерства информации Беларуси в январе 2010 г. руководителям редакций региональных печатных СМИ было поручено принять меры по созданию веб-сайтов, актуализации контента, техническому и творческому сопровождению веб-ресурсов. Планировалось, что создание сайтов государственных областных, городских и районных СМИ Беларуси будет завершено в первом квартале 2010 г., но окончание этой работы пришлось лишь на осень 2011 г.

В Брестской области в первую очередь можно выделить сайт городской газеты «Вечерний Брест» vb.by. На информационное поле региона он вышел раньше всех – в 2007 г. Сегодня редакция позиционирует его как главный информационно-справочный портал Бреста и Брестского региона с ежедневной аудиторией более 2000 уникальных посетителей. Сайт работает по стандартам западной интернет-журналистики. Все публикации адаптируются для интернета, содержат мультимедийные элементы (фото, видео), часто комментируются.

Информационное пространство Бреста отличается высокой степенью конкуренции. В городе достаточно много новостных веб-ресурсов. К наиболее известным можно отнести также веб-сайт «Брестской газеты» bg.by, городской портал «Виртуальный Брест» virtualbrest.by, проект «Твое окно в мир интересных новостей» tomin.by и ряд других качественных контент-ресурсов. С нашей точки зрения, весьма неплохо зарекомендовал себя на информационном поле также сайт областной газеты «Заря» zarya.by. Обладая достаточно большим тиражом печатной версии, издание имеет около 1000 уникальных посетителей сайта в сутки.

На информационном поле Витебской области работает немало качественных веб-проектов. С 1 июля 2013 г. в области начало выходить общественно-политическое издание «Витебские вести» vitvesti.by. Значительное внимание на сайте уделяется визуализации. Из районных газет, которые часто размещают фоторепортажи на своих сайтах, можно выделить «Браслаўскую звязду» braslav-star.by (г. Браслав), «Дняпроўскую праўду» dubrovno.by (г. Дубровно), «Пастаўскі край» postawy.by (г. Поставы), «Голас Расоншчыны» gossonka.by (г. Россоны).



Визуализация на сайте газеты «Пастаўскі край» postawy.by

Приведем в качестве успешного примера районную газету «Браслаўская звезда». На сайте информация подается в более полном объеме, чем в печатной версии. В газете «Браслаўская звезда», как правило, представлены текст и фотографии. На интернет-сайте размещен тот же текст, а также слайд-шоу. Значительное внимание визуализации контента уделяет также «Пастаўскі край». В Витебской области активно развиваются частные интернет-ресурсы, например проект «Народные новости Витебска» news.vitebsk.cc. Это электронное издание представляет собой симбиоз газеты с блогом.

Показателен пример Гомельской области, интернет-рынок которой представляется весьма перспективным. Гомель является вторым по величине городом Беларуси. В области имеется немало популярных новостных интернет-ресурсов. К числу наиболее цитируемых относится «Гомельская праўда». Ее сайт имеет один из самых высоких показателей посещаемости среди всех государственных региональных газет (более 2000 человек в сутки). Веб-ресурс снабжен современным функционалом, соответствует всем характеристикам качественного интернет-СМИ, отличается привлекательным дизайном и высокой степенью визуализации.

При анализе районных газет области следует выделить «Жыццё Палесся» mazur.by (г. Мозырь), «Маяк» sozhnews.info (г. Гомель), «Авангард» budakosh.by (г. Буда-Кошелево), «Свабоднае слова» slova.by (г. Рогачев), «Дняпровец» dneprovec.by (г. Речица), «Светлагорскія навіны» sn.by (г. Светлогорск). Например, на сайте slova.by особое внимание уделяется как комментариям читателей, так и различным мультимедийным сервисам. Все заголовки этого сайта адаптированы для интернета, с ключевыми словами и указанием местности. Веб-ресурс активно продвигается в поисковых системах и социальных сетях.

Перспективен и рынок интернет-СМИ Гродненской области. Как и в Гомеле, лидирующее место в информационном пространстве региона в сегменте государственных изданий занимает областная газета. Сайт «Гродзенскай праўды» grodnonews.by позиционирует себя как информационный портал Гродненской области. Среди районных изданий области следует обратить внимание на сайты газет «Астравецкая праўда» ostrovets.by (г. Островец), «Ашмянскі веснік» osh.by (г. Ошмяны), «Воранаўская газета» vovan.by (г. Вороново), «Бераставіцкая газета» beresta.by (г. Берестовица), «Іўеўскі край» ivueneews.by (г. Ивье). Серьезными конкурентами сайтов региональных газет являются частные городские порталы и блоги, созданные почти в каждом городе. Наиболее ярким примером в этом отношении можно назвать гродненский городской блог s13.ru. Появившись в сентябре 2005 г., сайт стал одним из лидеров рынка, сделав ставку на новости для гродненцев с точки зрения рядового горожанина.

Среди региональных СМИ Минщины, которые часто размещают фоторепортажи на своих сайтах, можно выделить газеты «Адзінства» edinstvo.by (г. Борисов), «Жодзінскія навіны» zhodinonews.by (г. Жодино), «Нарачанская зара» narachanka.by (г. Мядель), «Узвышша» dzr.by (г. Дзержинск), «Маладзечанская газета» mgazeta.by (г. Молодечно). Например, сайт mgazeta.by создан в 2010 г. и заявлен в статистике Mail.ru как «Электронная версия печатного издания “Маладзечанская газета”». Сайт задумывался именно как параллельная либо интегрированная электронная версия газеты. Вначале он обновлялся два раза в неделю (вместе с выходом свежего номера). Затем редакция перешла к ежедневному обновлению.

Показательно состояние интернет-СМИ в Могилевской области, где выходит самое большое количество районных изданий. Среди них можно выделить сайты газет «Маяк Прыдняпроўя» bykhov.by (г. Быхов), «Горацкі веснік» gorkiv.by (г. Горки), «Прыдняпроўская ніва» pniva.by (г. Могилев) и некоторые другие, которые обладают неплохими показателями посещаемости и цитируемости [3, с. 87]. Впрочем, не всегда фотоматериалы, размещаемые на сайтах региональных СМИ, отличаются высоким качеством. Многие иллюстрации статичны, шаблонны, в то время как читатель отдает предпочтение «живым», динамичным, ярким иллюстрациям.

Исходя из вышеизложенного, можно отметить, что фоторепортаж является одним из основных жанров, представленных в новостных лентах белорусских интернет-СМИ. Фоторепортаж обладает значительной информационной ценностью и привлекательностью по сравнению с другими элементами контента онлайн-СМИ, является ведущим визуальным и мультимедийным жанром на интернет-порталах.

ИНФОГРАФИКА КАК НОВЫЙ ТВОРЧЕСКИЙ РЕСУРС

Для визуализации информации в белорусских интернет-СМИ используются различные приемы, к числу которых можно отнести также информационную графику (инфографику). Она способна донести до читателя информацию в наглядной, удобной для восприятия форме. Белорусские СМИ начали использовать этот журналистский метод сравнительно недавно. Среди наиболее активных пользователей инфографики можно выделить агентства «БелТА» и «БелаПАН», газеты «Комсомольская правда» в Белоруссии», «Советская Белоруссия», «Народная газета», а также портал TUT.by.

ТОП-5 достопримечательностей Беларуси



Инфографика БелТА

Полагаем, что в Беларуси наиболее успешно возможности этого способа визуализации использует БелТА. Первая инфографика на сайте belta.by была размещена 6 декабря 2007 г. За шесть лет в общей сложности выпущено более 850 таких работ. Например, в январе 2014 г. на сайте была размещена инфографика на темы: «Как обезопасить детей от зимних травм», «Обморожение: первая помощь», «Культура здоровья: физическая активность». Пытается экспериментировать с инфографикой и «Народная газета». Интерактивная инфографика часто встречается на портале TUT.by.

Достаточно успешно использовало возможности инфографики «РИА Новости». Например, весной в 2013 г. в специальном разделе сайта ria.ru были опубликованы материалы «Как приготовить борщ, если рядом нет жены», «Что подарить женщине к 8 Марта», «Пять самых влиятельных женщин России в области медиа», «Как справиться с весенней хандрой», «Как выбирают папу римского», «Как сохранить жизнь при падении на рельсы в метро», «Народные рецепты профилактики гриппа и простуды», «Что едят в самых здоровых странах мира».

Примером успешной реализации возможностей конвергенции является, в частности, сайт БелТА belta.by. Агентство производит различные мультимедийные продукты, такие как видео, фоторепортажи, инфографика. Видеосюжеты, снятые корреспондентами БелТА, размещаются на видеохостинге YouTube, где агентство

в августе 2010 г. создало собственный канал. За три года на него было добавлено более 1400 видео, зарегистрировано более 1300 подписчиков, а общее количество просмотров видео превысило 4 млн. Новости БелТА также размещаются в социальных сетях «ВКонтакте», «Одноклассники», Facebook, Twitter, Instagram. Под каждым материалом на сайте есть кнопки социальных сетей, с помощью которых можно поделиться ссылкой.

Важно отметить также и то, что на сайте blog.belta.by создан сервис «БелТА. Блоги» для ведения авторских колонок. Авторами блогов БелТА являются профессиональные журналисты, эксперты в различных областях, люди, которые занимаются бизнесом или связаны с политикой, управляют крупной компанией или ведут семейный бизнес. Их опыт позволяет рассказывать читателям истории из собственной жизни, общаться с аудиторией без посредников. К каждой записи в блогах можно оставить комментарий.

Редакция фотохроники БелТА ежедневно готовит и распространяет в интернете фотоинформацию о важнейших событиях в стране, на протяжении многих десятилетий она остается наиболее авторитетным источником фотоинформации о деятельности высших органов власти Республики Беларусь и является крупнейшим фотобанком государства. Фотолента БелТА ежедневно представляет 20–25 фототем (более 100 фотоснимков) со всех регионов Беларуси на отдельном ресурсе photobelta.by. Архив агентства содержит около 65 тыс. снимков в электронном виде. Каждая фотография снабжена необходимой информацией о номере снимка, дате, месте и регионе съемки, авторе и рубрике, а также кратким описанием, поясняющим повод для съемки. В сентябре 2012 г. БелТА завело аккаунт в приложении Instagram, куда добавлено уже более 1200 фотографий. Подписчиками агентства в Instagram в 2014 г. являлись более 1400 пользователей.

Популярность видеоконтента в интернете также постоянно увеличивается, многие публикации снабжаются небольшими видеосюжетами. Однако это не обязательно могут быть качественные с профессиональной точки зрения сюжеты, с хорошей съемкой, монтажом, грамотным и хорошо начитанным текстом. Любительская съемка в состоянии привлечь значительно большее число людей. Процессы конвергенции в СМИ влияют на творческую деятельность белорусских журналистов – изменяется специфика их взаимодействия с аудиторией, возникают новые высокотехнологичные методы сбора, обработки и передачи информации. Это требует переосмысления творческих методов и приемов.

Появляются новые методики написания текстов для интернет-СМИ, которые отличаются жанровым и лингвостилистическим своеобразием. В течение последних десяти лет в журналистике произошли драматические перемены. Изменился цикл производства информации. Претерпела изменения структура источников. Поменялись понятия форматов и жанров. Требования к навыкам журналиста стали принципиально другими. Полагаем, что в этом многообразии медийных платформ в век мгновенных сообщений, когда каждый хочет быть первым, один элемент должен остаться неизменным. Это классическая качественная журналистика.

Продвижение контента по всем возможным направлениям и каналам, доступным современному человеку, можно отнести к важнейшим способам повышения эффективности онлайн-СМИ. Пока же многие белорусские издания воспринимают интернет-сайт всего лишь как «клон» печатной версии, основывают свою деятельность на устаревших творческих методах и приемах, в то время как зарубежные издательские дома активно работают в интернет-пространстве и все чаще

реализуют стратегию, нацеленную на охват всех возможных медийных носителей. Для успеха в жесткой конкуренции с социальными медиа издателям и редакторам газет нужно экспериментировать с новыми творческими концепциями. Это одна из важнейших тенденций рынка интернет-СМИ. Мы живем в эпоху интернета, а публикуем материалы все так же, как и десятки лет назад. Просто копируем их в онлайн. Наблюдается недостаток воображения в использовании онлайн-платформ. Для охвата новой аудитории ведущие мировые медиакомпании развивают кросс-медийные решения и инновационные формы представления контента.

СТРАТЕГИИ ФОТОЖУРНАЛИСТИКИ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

В последние годы проявилась тенденция стремительного роста популярности социальных интернет-проектов (социальных сетей, блог-платформ и видеохостингов), получивших общее название «новые медиа». Данное понятие объединяет различные виды интернет-сайтов, предназначенных для взаимодействия пользователей в группах и сообществах. Конкретная аналитическая интерпретация механизма массово-информационной деятельности по формированию информационных потоков и прагматического интегрирования их в такую важнейшую единицу общества, какой является аудитория, показывает, что социальные медиа сегодня являются серьезным конкурентом традиционным СМИ и становятся самыми посещаемыми ресурсами в интернете.



Уличные бои в Киеве. Фото Ильи Варламова

В своих дневниках, сообществах, твитах блогеры обсуждают наиболее значимые, по их мнению, темы: это может быть история о путешествии или городское приключение, оценка вышедшего в прокат фильма, рассуждение о плохой погоде или сводка с места ДТП и т. д. Современные блоги позволяют загружать и публиковать фотографии, видео- и аудиофайлы, карты, гиперссылки и многое другое. Блоги обычно менее формальны, чем интернет-СМИ, и предполагают активность читателей, которые могут публиковать свои отзывы (комментарии, «комменты»).

В российском сегменте интернета, в частности, очень популярен блог фотолобителя Ильи Варламова в «Живом Журнале» под названием «Шик и великолепие!», где он выступает под ником *zyalt*. Ежемесячная аудитория ресурса *zyalt.livejournal.com* превышает 4,5 млн уникальных посетителей. Если бы этот блог был СМИ, то он по посещаемости входил бы в топ-30 зарегистрированных СМИ в России. Это больше, чем сайт «Эха Москвы» *echo.msk.ru* и веб-ресурс «Коммерсанта» *kommersant.ru*. Блогер пишет о политических акциях, путешествиях и своих увлечениях. В январе – феврале 2014 г. Илья Варламов активно освещал события в центре Киева, «Евромайдан» и события на ул. Грушевского. Фоторепортажи «Уличные бои в Киеве» и «Кровавый четверг на Майдане» собрали миллионы просмотров.

Пользователь интернета сейчас может стать активным участником массовых информационных потоков, размещая в социальных сетях и блогах собственный контент. Традиционные СМИ не каждому дают возможность выступить со своих трибун, а блог-платформы и социальные медиа пускают всех. Есть достаточно оснований утверждать, что все желающие получили новые возможности для создания и распространения собственного контента независимо от профессиональных медиапредприятий [7, с. 82].

Подтверждением этих возможностей служат многочисленные факты. 26 декабря 2004 г. в Индийском океане произошло подводное землетрясение. За ним последовало цунами, которое было признано самым смертоносным стихийным бедствием в современной истории. Цунами достигло берегов Индонезии, Шри-Ланки, юга Индии, Таиланда и других стран. Высота волн превышала 15 м. Стихия вызвала огромные разрушения. Погибло, по разным оценкам, от 225 до 300 тыс. человек. Спустя несколько минут после начала природного катаклизма в интернете можно было найти фотографии, а также сообщения очевидцев. Многие из блогов, где были размещены фотографии, в течение нескольких дней вошли в список самых популярных в интернете.

15 января 2009 г. самолет компании US Airways упал в реку Гудзон рядом с Нью-Йорком. Об этом стало мгновенно известно благодаря сервису Twitter. Одним из очевидцев был Джанис Крумс, бизнесмен из Флориды, который оказался на пароме и первый поспешил на помощь пассажирам и экипажу. Через несколько минут после произошедшего он опубликовал в Twitter фото и следующее сообщение с места события: «В Гудзоне самолет. Я нахожусь на пароме, собирающемся подбирать людей. Сумасшедший». Фотография тонущего самолета и людей, стоящих по колено в воде на правом крыле «Боинга», была сделана встроенным в iPhone фотоаппаратом. После ее публикации на сервисе мобильных фотографий TwitPic она оказалась на первых страницах газет и была показана в выпусках новостей на телеэкранах.

29 декабря 2012 г. в московском аэропорту «Внуково» потерпел крушение пассажирский самолет Ту-204. На борту находился только экипаж в составе восьми

человек. После посадки самолет выкатился за взлетную полосу, попал на Киевское шоссе и загорелся. Запись крушения, зафиксированная автомобильным видеорегистратором и выложенная рядовым пользователем на YouTube, за три дня собрала более 9,5 млн просмотров и была использована многими российскими и зарубежными интернет-СМИ.

Приведенные выше случаи подтверждают тезис о том, что каждый пользователь интернета теперь может являться и производителем информации, и распространителем, и интерпретатором. Монополия традиционных СМИ на формирование информационной повестки дня в определенной степени утрачена. Журналисты уже не всегда будут на месте события первым. Скорость распространения пользовательского контента гораздо выше оперативности работы профессиональных СМИ. Более того, социальные сетевые проекты, позволяющие пользователям представлять свои фотоснимки в контексте информации о собственной жизни, вызывают огромный интерес, доступны для просмотра и комментирования самой широкой публике.

Персональные страницы пользователей социальных сетей в основном содержат четыре вида информации: текст, изображения, видеозаписи и аудиозаписи. Анализ контента социальных сетей показал, что наиболее популярными и быстрорастущими являются социальные сети, дающие пользователям возможность обмениваться в первую очередь визуальной информацией (картинками, фотографиями, видеороликами). Тогда как социальные сети, ориентированные преимущественно на текст, теряют аудиторию или растут очень медленно. Таким образом, исследователи делают вывод, что визуальная коммуникация является глобальным трендом современности [10].



Авиакатастрофа

Довольно часто интернет-СМИ используют социальные медиа как поставщика пользовательского контента. В частности, журналисты портала auto.onliner.by ежедневно собирают сообщения очевидцев аварий на улицах Минска, используют фотографии с форума «Дороги, Аварии, Происшествия» forum.onliner.by, а также видео с YouTube, загруженные пользователями сайта. Например, в октябре 2012 г. широкий резонанс на сайте Onliner.by получил материал «Минск: двое мужчин стали избивать подрезавшего их водителя Audi». Автомобильный видеорегистратор зафиксировал недопустимое поведение водителей на дороге. На основе читательского контента был подготовлен журналистский материал. Публикация собрала около 2000 комментариев, а само видео на YouTube посмотрели более 300 000 раз.

Практика показывает, что в последние годы молодежь мигрирует в новые социальные сети – с их короткими текстами, видео, музыкой и знакомствами. Блоги в «Живом журнале» все чаще оказываются востребованными той частью интернет-аудитории, которая заинтересована в этом интеллектуальном продукте. Пристрастие блогеров к длинным текстам пользовалось спросом в начале «нулевых» годов. Повсеместное распространение гибридных мобильных устройств, смартфонов и планшетов принесло с собой свои речевые практики, в результате чего нормой в сетевом общении стали восприниматься короткие сообщения, размещаемые в социальных сетях и мобильных блогах. Поиском и описанием наиболее оптимальной модели для распространения новостей в социальных сетях в сочетании с повышением эффективности обратной связи аудитории со СМИ занимается ряд исследователей [6, с. 239]. При этом для каждой сети с учетом ее специфики должна выстраиваться отдельная модель.

Присутствие СМИ в социальных медиа в последние годы стало весьма заметной тенденцией: многие издания создают свои страницы в таких сетях, как «ВКонтакте», Facebook, Twitter, Instagram и др. Проиллюстрируем специфику использования социальных сетей ведущими белорусскими интернет-СМИ на нескольких примерах. Сообщество портала Onliner.by в социальной сети «ВКонтакте» имеет более 130 тыс. подписчиков. В нем ежедневно публикуется от пяти до десяти сообщений (постов) со ссылками на материалы, интернет-мемы, интересные фотографии, реже – видео. Подача информации отличается неформальным стилем общения с пользователями. При этом особое внимание уделяется заголовкам сообщений. Приведем несколько примеров: «А посмотрите отличный репортаж о том, как суровые белорусские мужчины достраивают Минское метро!», «Братцы, сегодня есть и плохие новости. На МКАД МАЗ “догнал” Daewoo Matiz. Последний загорелся – двое погибших», «Алярма чат! Через 30 минут в Купертино начнется очередная черная месса адептов компании Apple».

Подобного рода заголовки собирают значительное количество лайков, репостов и комментариев. Кроме того, заинтересовавшись заголовком, многие посетители из социальной сети «ВКонтакте» переходят на основной сайт Onliner.by. В группе vk.com/onliner много картинок, коллажей и демотиваторов, а также емкого юмора, здорового сарказма и, что принципиально важно, общения с пользователями. При этом прекрасно передана общая концепция новостного ресурса. Публичная страница позволяет не просто оперативно информировать читателей о последних событиях на портале, но и максимально индивидуализировать процесс доставки новостного контента.

В контакте ← Список групп люди сообщества игры музыка ► помощь выйти

Моя Страница ред. Открытая группа
 Мои Друзья
 Мои Фотографии
 Мои Сообщения
 Мои Группы
 Мои Новости
 Мои Ответы
 Мои Закладки
 Мои Настройки
 Документы

Садовая техника fotosad.by
 Садовая техника по отличным ценам!

Лето с пользой! fsc.by
 Английская летняя школа в Минске для детей
 Все объявления

Tribuna.com - Весь спорт Беларуси
 Гол-красавец Родинова и другие голы тура. А голов-то было много, приятного просмотра
<http://by.tribuna.com/tribuna/blogs/sportchchannel/60..>

19 апр в 22:21 Мне нравится 23

Перейти к записи ►

Фотографии добавить фотографии
 В основном альбоме 69 фотографий Все альбомы

9831 запись

Tribuna.com - Весь спорт Беларуси
 Михаил Заваров: «Нан всем уже сейчас нужно готовиться к тому, что после чемпионата мира белорусский хоккей ждет провал по всем позициям»
<http://by.tribuna.com/hockey/1020010405.html>

34 минуты назад Мне нравится 2

Пригласить друзей
 Добавить в закладки

Вы состоите в группе.
 Рассказать друзьям
 Выйти из группы

Участники
 32 907 человек

Александр Сергей Екатерина
 Максим Вадим Владимир

Ссылки
 7 ссылки

Сообщество сайта Tribuna.com в социальной сети «ВКонтакте»

По похожей схеме строится работа в интернете публичной страницы спортивного издания Tribuna.com. Всего в группе vk.com/tribunaby состоит более 30 тыс. человек. В социальной сети «ВКонтакте» публикуются, как правило, посты со ссылками на уникальные материалы, веселые картинки (интернет-мемы), фотографии белорусских спортсменов, опросы на важные темы. Все посты со ссылками на материалы сопровождаются привлекающим внимание текстом и изображением. Текст должен быть также и на самой картинке, потому что пользователи в первую очередь обращают внимание на изображение и текст на нем. Количество лайков, репостов и комментариев очень зависит от дня и происходящих событий. В среднем группа «собирает» около 600 лайков, 100 комментариев и 50 репостов в день.

Провокационные утверждения, нелитературный язык, сарказм и тому подобное – все это используется с той целью, чтобы вызвать у человека эмоции. Фотография должна быть яркой, запоминающейся, с «цепляющим» текстом и юмором. В редакции Tribuna.com считают, что важно провоцировать пользователей на действия, вызывать у них эмоциональную реакцию. Есть темы, которые стопроцентно наберут много комментариев (фанаты против милиции, например), значительное количество лайков и репостов (победы белорусов). Аналитика и большие интервью

«ВКонтакте» с неизвестными широкой общественности людьми особой популярностью не пользуются. Если, конечно, не содержат интересных мнений.

Следует иметь в виду, что страницы в социальных медиа завели и многие государственные СМИ. В частности, интересен опыт работы БелТА. Несколько лет назад оно завело аккаунты в популярных социальных сетях. На публичную страницу агентства «ВКонтакте» осенью 2013 г. было подписано около 4,5 тыс. человек. В ней также значительное внимание уделяется визуальной информации, все сообщения сопровождаются фото, но стиль подачи более официальный. Прямое общение с пользователями отсутствует, нет мемов, демотиваторов и т. д. Во многом такой стиль ведения страницы объясняется официальным статусом этого ведущего информационного агентства страны.

Дальнейшее развитие интернет-СМИ, безусловно, вызовет серьезные изменения медиaprостранства. Массмедиа, какими мы их будем знать в ближайшем будущем, – это результат тех тенденций, которые легко определить уже сейчас. Через десять лет в СМИ мы будем иметь гораздо больше фото и видео, чем сегодня, и гораздо меньше текста. В 2020-х гг. дальнейшее развитие получит 3D-изображение [4, с. 159], которое позволяет видеть не то, что выбрал фотограф или оператор, а общую картинку. Изображение будет приближено к тому, что мы видим в реальности, а не на экране. При этом лидерство на рынке интернет-СМИ по-прежнему будут удерживать производители эксклюзивного качественного контента, предлагаемого потребителю в новых мультимедийных форматах. Перспективной стратегией развития белорусских СМИ может стать распространение контента с помощью мобильного и планшетного способов передачи информации.

Библиографические ссылки

1. Амзин А. А. Новостная интернет-журналистика : учеб. пособие для вузов. М., 2011. С. 100
2. Голуб В. А. Проблемы современной фотожурналистики в контексте прогресса цифровых фотографических технологий // Вестн. Том. гос. ун-та. Филология. 2012. № 1(17). С. 122–128.
3. Градюшко А. А. Печатные СМИ Могилевской области в медиасфере интернета // Вестн. Магілёўс. дзярж. ун-та ім. А. А. Куляшова. Сер. А : Гуманітарныя навукі: гісторыя, філасофія, філалогія. 2012. № 2. С. 86–91.
4. Градюшко А. А. Современная веб-журналистика Беларуси. Минск, 2013. 179 с.
5. Дубовік С. В. СМІ постсацыялістычнай Беларусі : пошук новай рацыянальнасці. Мінск, БДУ, 2003. 303 с.
6. Пустовалов А. В., Ишманов М. Ш. Новости СМИ в социальных сетях: перспективы успешного распространения // Вестн. Перм. ун-та. Рос. и зарубеж. филология. 2013. № 4. С. 227–239.
7. Фокин А. А. Эпоха интернет-визуальности: Youtube, Instagram, Gif, Coub // Челябин. гуманитарий. 2013. № 2 (23). С. 80–86.
8. Форум «Медиа будущего»: как изменятся медиа и телеком в век цифры [Электронный ресурс]. URL: <http://fmf.ria.ru/news/20130628/409126416.html> (дата обращения: 15.03.2014).
9. Шимолин В. И. Основы фотожурналистики : учеб.-метод. комплекс (с приложением CD). Минск, 2009. 268 с.
10. Шустер О. В. Визуальность как глобальный тренд в пространстве массмедиа // European Researcher. 2013. Vol.(54), № 7-1. P. 1890–1898.
11. Heijnk S. Texten fürs Web : planen, schreiben, multimedial erzaehlen; das Handbuch fuer Online-Journalisten. Heidelberg, 2011. С. 197.