

Максім Зайцаў
Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

ТРАНСМЕДЫЙНАСЦЬ ЯК НОВЫ ФАКТАР ФУНКЦЫЯНАВАННЯ СРОДКАЎ МАСАВАЙ КАМУНІКАЦЫІ

З пачатку 2010-х гг. распаўсюджванне інтэрнэту паступова зніжаецца. Яго аўдыторыя дасягнула свайго максімальнага парога і яе рост спыняецца. Сёння агульная колькасць інтэрнэт-карыстальнікаў вагаецца ў межах 3,2 млрд чалавек. Са справаздачы інвестфонда Kleiner Perkins Caufield & Byers (далей – КРСВ) вынікае, што такая сітуацыя характэрна як для краін з развітой эканомікай, так і для краін развіццёвых. Прычына ў тым, што ў развітых краінах магчымасці рынкаў ужо вычарпаныя, а ў краінах, што знаходзяцца на стадыі развіцця, большая частка насельніцтва фактычна не мае доступу да глабальнай сеткі. Паводле тых жа даных, зніжаецца і рост колькасці карыстальнікаў мабільнага інтэрнэту. Такія тэндэнцыі сведчаць пра змену стратэгіі лічбавых тэхналогій. Можна дапусціць, што іх далейшае развіццё будзе ісці не ў колькасны, а ў якасны бок [3].

Падобная перспектыва закранае і беларускі сегмент інтэрнэту. У 2015 г. Беларусь дасягнула 5 млн актыўных карыстальнікаў ва ўзросце ад 6 гадоў.

Змены ў глабальнай камунікацыі, спосабах і формах спажывання інфармацыі не маглі не паўплываць на функцыянаванне медыя. Размываецца само паняцце медыя. Калі ў эру сродкаў масавай інфармацыі (СМІ) існаваў набор крытэрыяў, па якіх можна было дыферэнцыраваць СМІ, то ў новую эру сродкаў масавай камунікацыі (СМК) такія крытэрыі вызначыць немагчыма з той прычыны, што яны даволі стахастычныя. Усё часцей ролю фундатара інфармацыі выконваюць спецыфічныя платформы – сацыяльныя сеткі. Яны ўсё больш забяспечваюць камунікатыўныя патрэбы карыстальнікаў інтэрнэту і ўсё больш арыентуюцца на персаніфікаваную камунікацыю.

Такая разгалінаванасць каналаў трансляцыі інфармацыйных плыняў агулам уплывае на падыход узаемадзеяння СМК і аўдыторыі. У выніку усё больш распаўсюджаным фарматам сучасных медыя становіцца трансмедыйнасць.

Пад тэрмінам *трансмедыйнасць* разумеюць медыйны праект, які размяшчаецца на розных платформах і кантэнт якога немагчыма сінхронна перцэптаваць. Гэты тэрмін найчасцей ужываюць у дачыненні да прасоўвання медыяпраектаў (кіно, серыялаў, тэлешоу і г. д.) [2]. Але

магчыма і наданне яму больш шырокага тлумачэння, якое б уключала увесь спектр узаемадзеяння вытворцаў і транслятараў інфармацыйнага кантэнту са сваёй аўдыторыяй.

Адпаведна, трансмедыйнасць у дачыненні да сродкаў масавай камунікацыі трэба разумець як выкарыстанне імі самых розных каналаў, найбольш камфортных для сваёй аўдыторыі.

Назіраецца і рух да ўніверсальнасці самога кантэнту. Сітуацыя мультыфункцыянальнасці, мультыплатформеннасці існавання медыя паступова знішчае межы і рысы, што былі ўласцівы «газетнаму», «тэлевізійнаму», «радыёнаму», «інтэрнэтнаму» кантэнту. Больш перспектыўна гаварыць пра з'яўленне новага тыпу – медыякантэнту. А адсюль разгаліноўваецца і пашыраецца разуменне тэрміна медыятэкст.

Медыятэкст – універсальнае паняцце. Гэта камунікатыўная адзінка, якая змяшчае ў сабе семіятычныя і візуальныя коды, знаходзіцца ў максімальнай ступені адкрытасці для спажывца і ўзаемадзеінічае з ім на ўсіх узроўнях. Сярод асаблівасцей медыятэксту вылучаюць другаснасць інфармацыі, патокавую вытворчасць, сэнсавую незавершанасць (гіпертэкстуальнасць), крэалізаванасць, калектыўнае аўтарства, інтэрактыўнасць, дэтэрмінаванасць каналам распаўсюджвання і г. д. [1].

Медыякантэнт спалучае ўсе названыя асаблівасці, але можа адрознівацца тым, што яго элементы (семантычныя, візуальныя) маюць варыятыўнае размеркаванне роляў, у адрозненне ад медыятэксту, дзе ядром ці галоўным элементам заўсёды выступае тэкст.

Трансмедыйнасць у сучасных медыя кардынальна ўплывае на прынцыпы фарміравання і стварэння кантэнту. Пачатковым, фундаментальным элементам у такім выпадку выступае факт, падзея, з'ява (інфармацыйная падстава). У далейшым фарміруецца кантэнтнае напаўненне з улікам асаблівасцей каналаў распаўсюджвання. Трансмедыйнасць стала выразным показчыкам трансфармацыі ўзаемадзеяння СМК і аўдыторыі, калі не спажывец шукае каналы інфармацыі, а вытворцы інфармацыі шукаюць найбольш зручныя спосабы доступу да аўдыторыі. І не толькі падаюць інфармацыю, але і прыцягваюць да працы з ёю, уцягваюць у працэс стварэння яе (дапаўненне, працяг, каментарыі, крэалізаваныя элементы і інш.). Гэтыя непрадказальныя працэсы з'яўляюцца яшчэ адным з важных складнікаў трансмедыйных праектаў.

Сёння можна назіраць, як вытворцы медыярэсурсаў у залежнасці ад звычак карыстальнікаў, спецыфікі пляцовак па-рознаму падыходзяць да кантэнтнага напаўнення. Адна інфармацыйная нагода можа быць рэпрэзентавана ў фармаце навінавых паведамленняў на інтэр-

нэт-партале, фотасправаздачы ў Instagram, у выглядзе кароткіх нефармальных паведамленняў у сацыяльных сетках, кароткіх анлайнавых паведамленнях-справаздачах у Twitter або мэсэджарах, трансляцыі стрымінгавага відэа ў рэжыме анлайн (Periscope) і інш. Важным элементам у такім кантэнце будуць вступачы каментарыі і дадатковыя складнікі, створаныя карыстальнікамі інтэрнэту (фотаздымкі, відэа, gif) на такую ж тэму.

Такім чынам, можна вылучыць некаторыя тэндэнцыі ў функцыянаванні сучасных медыя: перагружанасць аўдыторыі інфармацыяй, што прыводзіць да больш пільнага адбору інфармацыйных каналаў і стратыфікацыі інфармацыйных плыняў; мэтанакіраванае фарміраванне ў аўдыторыі густаў і звычак праз парцыйнае спажыванне інфармацыі; універсалізацыя, мабільнасць і гнуткасць кантэнту, пераразмеркаванне роляў структурных элементаў у ім; наўмысная незавершанасць кантэнту, якая ствараецца для патэнцыйнай сутворчасці з аўдыторыяй.

У такіх умовах сучасным медыя больш складана падтрымліваць аднароднасць аўдыторыі, што ўплывае на індэкс даверу і ляяльнасці да таго ці іншага СМК. Вывучэнне працэсаў трансмедыйнасці адкрывае доступ да новых форм і метадаў вытворчасці кантэнту, пошуку аптымальных спосабаў данясення да грамадскасці адраснай (агульнай ці персаналізаванай) інфармацыі.

Літаратура

1. Козак, М. Ю. Специфика современного медиатекста / М. Ю. Козак [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://discourseanalysis.org/ada6/st42.shtml>. – Дата доступа: 15.09.2016.
2. Лапина-Кратосюк, Е. Особенности современных медиа / Е. Лапина-Кратосюк [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://postnauka.ru/video/38005>. – Дата доступа: 10.09.2016.
3. Merker, M. Internettrends 2016 – code conference [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.kpcb.com/internet-trends>. – Date of access: 12.09.2016.

Сяргей Зелянко

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

ФУНКЦЫЯНАВАННЕ ПРЭЦЭДЭНТНАГА ІМЯ «ЧЭХАЎ» У СУЧАСНЫМ МЕДЫЯТЭКСЦЕ

Адной з самых найяскравейшых рыс сучаснага журналісцкага тэксту з'яўляецца амаль абавязковая няўнасць у ім разнастайных інтэртэкстуальных адзінак: звычайных маркіраваных двукоссямі цытат,