

III. ІСТОРІЯ, ТЭОРЫЯ І МЕТАДАЛОГІЯ ЖУРНАЛІСТЫКІ

Елена Балалаева, Александр Каплаух
*Национальный университет биоресурсов
и природопользования Украины (г. Киев, Украина)*

МОБИЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА – ЖУРНАЛИСТИКА ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

Мобильная журналистика рассматривается как явление, основанное на синтезе новейших информационных технологий, оперативности и актуальности. Исследуется трансформация СМИ под влиянием мобильных коммуникаций.

Ключевые слова: мобильная журналистика; мобильные коммуникации; дигитализация; новые медиа; трансформация СМИ.

По утверждению экспертов, мы полностью вошли в эпоху мобильных новостей. Люди так быстро переходят на смартфоны и планшеты, что мобильные устройства стали основными платформами для новостей [5; 6].

Мобильные коммуникации называют технологией, которая обеспечит ренессанс газетной отрасли. Более половины взрослого населения во всем мире по-прежнему читает ежедневные газеты, из них более 600 млн – в цифровом формате. Новые медиа предоставляют возможности для установления качественно иных отношений с аудиторией и рекламодателями, освоения новых источников доходов в области медиапотребления и коммуникаций и повышения оперативной эффективности газетных компаний. Мобильные коммуникации открывают для издателей ряд преимуществ: обеспечивают новый канал для сбора информации и расширения знаний о читательских потребностях и интересах, служат мостом к новому поколению читателей, позволяют сократить административные и организационные расходы [4].

По мнению исследователей, в развивающихся странах мобильная журналистика в целом дала толчок для создания интернет-медиа. Важными факторами этого является низкая стоимость оборудования (по сравнению с оборудованием съемочной группы, которое может стоить около 20 тыс. долларов, планшет или мобильный телефон со всеми приложениями стоит значительно дешевле) и уменьшение количества персонала, поскольку весь процесс съемки и монтажа превращается в задание журналиста. Глобальные информационные агентства имеют только региональных представителей, которые не всегда могут оперативно добраться до конкретной локации, поэтому к сотрудничеству привлекаются внештатные корреспонденты, а они могут использовать мобильное оборудование [1; 2].

Мобильные приложения становятся все более посещаемыми версиями интернет-СМИ. Эти программы адаптируются к мобильным устройствам, системам Android, MacOS. Для них нужен специфический формат подачи материалов. В то же время мобильные мультимедийные технологии облегчают процесс сбора и передачи информации. Ведь интернет-формат не требует исключительного качества мультимедийного продукта, главное – сама информация, а не ее разрешение [3].

По данным Американского института прессы (American Press Institute), большинство взрослых американцев теперь получают новости на мобильных телефонах. В то же время люди продолжают использовать традиционные платформы, например веб-сайты, газеты, телевидение и радио. По мнению экспертов, чтобы расширить аудиторию, необходимо сделать контент совершенным мобильным опытом.

В 2014 г. Американский институт прессы в сотрудничестве с Google собрал на саммите более 40 лидеров в области мобильной журналистики. В результате обсуждения участниками саммита были приняты резолюции и сделаны выводы, в частности о том, что мобильный подход требует от новостных организаций трансформировать то, как они функционируют, представляют контент, продают рекламу и привлекают пользователей, а презентация мобильных новостей должна отличаться от веб-страницы или печатного издания. Издатели должны начать поставлять новые формы новостей, адаптированные к уникальному мобильному опыту чтения. Важными моментами здесь являются размер экрана, особенности интерфейса и т. д.

Многие из организаций, представленных на этом саммите, в том числе *For Win*, *Circa* и *Breaking News*, активно ищут и осваивают новые

форми подачі матеріала для мобільних новостей. Традиційно цю одиницею була стаття. Но мобільні видавці презентують такі фрагменти новостей, як абзац, зображення, пропозиція або факт, котрі можуть бути з'єднані разом з іншими або використані самі по собі. Так, *Circa* має в своєму штаті співробітників, створюючих «атомні» новості, котрі можуть використовуватися по-різному або перепрофільовуватися. Це корисний спосіб зламати важелі новостних сюжетів, хоча він підходить не для всіх форм контенту [6].

Таким чином, в цифрову епоху існування суспільства в журналістиці виникло принципово нове явище: дигіталізація привела до появи мобільної журналістики, заснованої на синтезі новітніх інформаційних технологій, оперативності та актуальності, що обумовило об'єктивну потребу в стандартизації процедури презентації новостей в мобільних додатках, пошуку нових форм і жанрів представлення новостей в мобільному форматі.

Бібліографічні посилання

1. Балалаєва, О. Ю. Аналіз новинних кодів за стандартами Міжнародної ради з питань преси та телекомунікацій / О. Ю. Балалаєва // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія, Філологічні науки (Київ). – 2017. – Вип. 272. – С. 103–110.
2. Костриба, О. Мобільна журналістика: нові можливості / О. Костриба // European journalism observatory [Електронний ресурс]. – 2015. – Режим доступу : <https://ua.ejo-online.eu/2153/sfery-vysvitlennya>. – Дата доступу : 20.07.2018.
3. Новітні медіа та комунікаційні технології: комплекс навч. програм для спец. «Журналістика», «Видавнича справа та редактування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за ред. В. Шевченко. – Київ : Паливода, 2012. – 412 с.
4. Олешко, В. Ф. Психологія журналістики : учебник и практикум / В. Ф. Олешко. – М. : Юрайт, 2017. – 351 с.
5. Шинкарук, В. Д. Підготовка аграрних журналістів: перспективи та завдання / В. Д. Шинкарук, О. Ю. Балалаєва // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія, Філологічні науки (Київ). – 2017. – Вип. 263. – С. 117–125.
6. Sonderman, J. Unlocking mobile revenue and audience: New ideas and best practices / J. Sonderman // American Press Institute, 2014 [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.americanpressinstitute.org/publications/reports/white-papers/unlocking-mobile-revenue>. – Date of access : 29.09.2018.