

**ГРАДЮШКО А.А., кандидат филологических наук,
доцент кафедры теории и методологии журналистики
факультета журналистики БГУ**

Печатные СМИ в Интернете: модификация информационного производства

**Рецензент АКУЛИК А.К., кандидат исторических наук, доцент
ученый секретарь Минского научно-исследовательского института
социально-экономических и политических проблем**

Работа посвящена исследованию сайтов традиционных печатных СМИ в Интернете. На конкретных примерах анализируются пути трансформации прессы под влиянием информационных технологий. Показывается масштаб перемен в сфере масс-медиа, связанных с развитием Интернета. Выявляются новые творческие методы в журналистике.

В статье приводится обширный эмпирический материал с привлечением зарубежного опыта. Исследуются современные закономерности в процессе журналистского творчества. Предлагаются новые информационных стратегии для белорусских газет. В результате проведенных исследований даются рекомендации по вхождению белорусских СМИ в мировой информационный контекст.

Пейзаж мирового информационного и коммуникационного пространства в последние годы претерпевает значительные изменения. Средства массовой информации находятся на пороге фундаментальных преобразований. Развитие информационных технологий привело к началу новой эры масс-медиа. Пока что многие недооценивают масштаб и глубину перемен в сфере СМИ, связанных с развитием Интернета. Тем временем новый элемент, появившийся в системе СМИ, стал в ней важным звеном.

Под влиянием новейших технологий традиционная пресса трансформируется. Меняется характер журналистского труда. Возникают новые закономерности в творческом процессе, модифицируются жанры, текстовые приемы, стилевой диапазон. Подобные тенденции сегодня наблюдаются во многих информационно развитых государствах. Интернет ставит существенные проблемы и для системы средств массовой информации Беларуси.

В ряде научных работ последних лет поднимались вопросы о том, какую роль в обществе играют новые Интернет-СМИ, распространяющие информацию в режиме онлайн, и какое место они занимают в системе масс-медиа. Как показывает обзор литературы, с интересующей нас темой в первую очередь связаны работы Я.Н. Засурского [1], С.В. Дубовика [2], М.М.

Лукиной [3]. Вопросы эволюции традиционных СМИ затронуты также в трудах А.И. Аكوпова [4], С.Г. Батмановой [5], И.В. Шохина [6]. Интерес к этой теме проявляют и западные ученые [7, 8].

К настоящему времени процессы эволюции традиционных СМИ изучены недостаточно. Имеющиеся в литературе данные часто не укладываются в рамки существующих теорий и моделей. Более того, существенным затруднением в выработке единых подходов в рассмотрению Интернет-СМИ является нехватка понятийного аппарата. В данной статье мы постарались рассмотреть новые тенденции, возникающие в результате трансформации традиционных СМИ на платформе Интернет-технологий.

Приход традиционной прессы в Интернет начался в середине 90х гг. XX века. Первой белорусской газетой, которая создала сайт в Интернете, был «Вечерний Минск» (июль 1996 г.). Примерно в это же время появились сайты ведущих зарубежных газет. На заре становления Интернета это были сайты-визитки с анонсом некоторых материалов. Но такие издания имели малую посещаемость. Впоследствии были созданы «зеркала» печатных аналогов. Все материалы текущего номера дублировались в сети.

Первоначально сайты традиционных СМИ полностью повторяли содержание

своих печатных аналогов. Со временем редакторы увидели, что Интернет предоставляет дополнительные возможности. Это интерактивность, мультимедийность, гипертекстовость, оперативность. Авторы многих исследований в области Интернет-журналистики указывают, что наибольший успех сегодня обеспечен модифицированным онлайн-версиям традиционных СМИ, которые не копируют их, а обновляются в режиме реального времени и предлагают читателям многочисленные дополнительные услуги.

Профессор Ясен Засурский в этой связи справедливо утверждает, что «в условиях бурного развития новых информационно-коммуникационных технологий, безусловно, произойдут существенные перемены в традиционных СМИ – печати, радио, телевидении, в доступе к ним, в способах доставки и, вероятно, в содержании» [1. С. 36]. Глобализация и диверсификация информационного пространства, несомненно, окажут серьезное влияние на индустрию масс-медиа.

По сути, хорошо сделанная электронная версия издания – это отдельное СМИ под известным брэндом. Потому как выложить информацию в Интернет – значит кардинально изменить ее структуру. Сделать ее максимально интерактивной. Дать ей новые средства взаимодействия с читателями. В общем, веб-проект средства массовой информации есть суть самостоятельное издание. Печатная версия газеты в информационно развитых странах в последние годы становится скорее дополнением к веб-сайту, который обновляется постоянно, по мере поступления новых материалов. Многие издатели, у которых есть успешные сайты в Интернете, нашли в сети новых рекламодателей.

По последним данным, в середине 2007 г. доступ в мировую компьютерную сеть имели 1,73 млрд. человек из 6,57 млрд. жителей нашей планеты. То есть 17,8% населения. В Республике Беларусь из 9.678.800 человек Интернетом периодически пользуется 3.394.400 человек, или 35,1% [9]. При этом основным сдерживающим фактором более активного развития Интернета в Беларуси являются высокие цены на услуги передачи данных. Доступ в сеть по выделенной линии пока что слишком дорог и недостаточно распространен.

Понятие «газета» в XXI веке, таким образом, больше не сводится к представлению о журналистских текстах, нанесенных типографской краской на бумагу. Газеты производят содержание под собственными брэндами и доносят его до читателей, используя различные средства – Интернет, мобильные устройства, web-TV, интерактивное ТВ, подкастинг, блоги, RSS-ленты, видео по запросу и т.д. [8] Все это необходимо, чтобы полностью удовлетворить потребности современной аудитории и не только сохранять, но и увеличивать долю рынка. Все ведущие медиа-компании мира уже поняли это.

Приведем несколько примеров. Примечателен опыт Швеции, где 75,6% населения сегодня имеет высокоскоростной доступа в Интернет. В этой стране из 168 ежедневных газет 117 создали свои электронные версии. Причем зачастую электронная версия того или иного издания интереснее и насыщеннее, чем бумажная. Сайт крупнейшей шведской газеты Aftonbladet (<http://www.aftonbladet.se>) посещает около 800.000 человек в сутки, что почти вдвое превышает разовый тираж этого издания (442.100 экз.). Чтобы обеспечить постоянное обновление новостей на Интернет-сайте, журналисты работают круглосуточно.

В Германии одним из наиболее успешных Интернет-проектов является сайт журнала Spiegel (<http://www.spiegel.de>). В онлайн-редакции журнала Spiegel работает 40 журналистов. По рабочим дням они пишут материалы для сайта посменно с 6 утра до 1 часа ночи, в выходные – с 8 до 22 часов. Каждый день на сайте <http://www.spiegel.de> появляется примерно 80-12 новых публикаций. Этот сайт имеет от 500.000 до 700.000 постоянных пользователей, которые заходят на него по несколько раз в день.

В идеале создание Интернет-версий печатных изданий должно происходить по схеме: один источник информации – две редакции. Одна редакция – «обычная», вторая – специализированная, которая готовит полученную информацию для сети. Так, например, сделано в CNN, где существует веб-отделение, которое называется CNN Interactive. В этом проекте занято порядка 470 человек, из которых около 60% — редакторский отдел. На сегодня сайт CNN содержит более 6 млрд. страниц и обновляется 150-200 раз в сутки.

Аналитики советуют медиакомпаниям начать реагировать на изменение ситуации. Многие издания уже прислушались к этому совету. Так, британские газеты The Guardian, The Times и The Financial Times объединили свои онлайн- и газетные редакции. В газете The Daily Telegraph создан крупнейший в Европе мультимедийный ньюзрум, объединяющий традиционную и онлайн-редакцию, теле- и радиостудии, цифровые архивы, фотослужбы, отделы продаж и размещения рекламы.

На Западе Интернет-СМИ составляют серьезную конкуренцию печатным изданиям. С другой стороны, наблюдается феномен взаимного дополнения. То есть хороший сайт не отвлекает читателя от бумажной версии, а, наоборот, содействует ее популярности. За рубежом убедились, что хорошая Интернет-версия только увеличивает тираж традиционного СМИ. Когда сайт начинает оперативно обновляться (а не просто дублировать печатную версию, как раньше), резко увеличивается его посещаемость, развиваются интерактивные возможности.

Писать для Интернет-газеты также сможет далеко не каждый журналист. Интернет-журналистика обладает особым инструментарием. Пока журналисты не научатся думать и писать категориями гипертекстовой реальности, онлайн-журналистика будет оставаться традиционной. Для Интернета также неприемлемы большие публикации. Интернет-журналистика диктует другую стилистику, в некотором смысле – иные творческие способы. Работа в Интернет-издании требует особого напряжения. Здесь нет графика выхода номера, отсутствует цикличность. Интернет-газета в идеале должна обновляться 24 часа в сутки.

Крупные игроки уже заняли свои ниши в новом сегменте. Так, в 2006 г. известный медиамагнат Руперт Мэрдок заплатил за самый крупный блог-проект в мире MySpace 580 млн. долларов США. Годом раньше, выступая перед Американским обществом газетных издателей, он предупредил, что "бумажные" газеты начинают терять свои позиции, уступая их Интернет-изданиям. Мэрдок предсказал газетному бизнесу мрачную перспективу, если журналисты традиционных СМИ не примут во внимание новые запросы молодой аудитории,

воспитанной в реалиях киберпространства [3. С.53].

Динамика развития информационного пространства показывает, что рано или поздно газете (журналу, радиостанции, телекомпании) придется начинать переход на мультимедийные платформы, учить журналистов одинаково эффективно работать в бумажном, онлайн-ом, мобильном, ТВ- или радио-форматах. Интернет предоставляет печатным СМИ новые пути к аудитории. Эти подходы уже реализованы в США, Англии, Дании, Норвегии, Швеции и других информационно развитых странах. Скоро они проявят себя и в нашей стране.

По данным Министерства информации, на 1 июня 2007 г. в Республике Беларусь выходило в свет 1230 печатных издания (в том числе 704 газеты и 489 журналов). Для сравнения, в 2003 г. в Беларуси было зарегистрировано 1523 печатных СМИ. Причем количество газет с каждым годом уменьшается. Два года назад в нашей стране насчитывалось 802 газеты, год назад – 779, сегодня – всего 704. Печатные СМИ постепенно вытесняются с рынка новыми медиа. С каждым днем число посетителей новостных Интернет-сайтов растет.

По данным рейтингов «Акавіта» и «Open.by», сегодня наиболее посещаемы веб-ресурсы белорусских газет «Прессбол», «Комсомольская правда» в Белоруссии», «СБ. Беларусь сегодня», «Наша ніва», «БелГазета», «Белорусы и рынок», «Вечерний Минск», «Туризм и отдых», «Рэспубліка». На сайт каждой из них ежедневно заходит в среднем от 1250 до 7000 человек.

До сих пор большинство белорусских печатных СМИ (а их в сети представлено не более 150-170) просто копируют на своих сайтах материалы «материнских» изданий. Такие версии называют «клонами» основных брендов. Сбор и подача новостей осуществляется по старым принципам оффлайновых СМИ. Поэтому и «не работают» у нас 80% всех электронных версий. Ведь, как правило, сделаны они по принципу смены носителя. С бумажного на электронный.

Печатные СМИ Беларуси зарекомендовали себя в сети, к сожалению, не с лучшей стороны. Дублирование материалов в Интернете и отсутствие

экономической заинтересованности приводят к тому, что от «электронных приложений» пока никто не ждет финансовой отдачи. В то же время, например, американская газета *The New York Times* взимает 7,95 у.е. в месяц за наиболее ценный контент на своем веб-сайте. Читатели, подписавшиеся на газету, пользуются сервисом *Times Select* бесплатно. Всем остальным приходится платить. Это уже принесло газете прибыль в размере более 6 млн. долларов США.

Примеры информационно развитых государств важны для нас потому, что позволяют судить о перспективных путях развития журналистики. Если во всем мире крупные конгломераты масс-медиа уже доминируют в Интернете, то в Беларуси веб-ресурсы традиционных СМИ только начинают занимать места в десятке наиболее популярных сайтов. Причем наибольшего успеха добиваются именно "гибридные" проекты.

Проведенное нами исследование убедительно доказывает, что Интернет-

журналистика приобрела самостоятельное значение. Процесс информационного производства в печатных СМИ претерпел существенные изменения. На основании анализа эмпирического материала выявлено, что в Республике Беларусь необходима активизация государственной политики в области масс-медиа Интернета.

Для развития Интернет-СМИ требуется существенное обновление информационных стратегий газет. Назрела необходимость открытия специальности «веб-журналистика» на факультете журналистики Белорусского государственного университета. Развитие взаимодействия между газетами и Интернет-сайтами, расширение преимуществ печатных изданий за счет использования инновационных технологий позволит белорусским СМИ гармонично войти в мировой информационный контекст.

1. Засурский, Я.Н. Тенденции функционирования СМИ в современной структуре российского общества. / Я.Н. Засурский // Средства массовой информации России / Алексеева М.И., Болотова Л.Д., Вартанова Е.Л. – М., 2005, – С. 7-58.

2. Дубовік, С.В. *СМІ постсацыялістычнай Беларусі: пошук новай рацыянальнасці* / С.В. Дубовік. – Мн., 2003. – 304 с.

3. Лукина, М.М. Новая жизнь старых газет: как пресса приспособляется к новому читателю. / М.М. Лукина // *Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика.* – 2006. – № 3. – С. 52–59.

4. Акопов, А.И. Глобальное средство массовой информации / А.И.Акопов. // *Мир медиа XXI. Новые информационные технологии.* – 1999. – № 1. – С. 4–7.

5. Батманова, С.Г. *Сетевые СМИ: факторы эффективности. Автореферат дисс...* канд. филол. наук / С.Г. Батманова, Воронежский гос. ун-тет. Воронеж, 2004. – 14 с.

6. Шохин, И.В. *Российские сетевые издания: особенности организации информационного производства* / И.В. Шохин // *Автореф. дис. ... канд. филол. наук.* – М., 2003.

7. Klaus Meier (Hg.): *Internet-Journalismus. 3., überarbeitete und erweiterte Auflage.* – UVK. Konstanz, 2002. – 488 S.

8. Peter Glotz, Robin Meyer-Lucht. *Online gegen Print. Zeitung und Zeitschrift im Wandel.* – 2004. – 240 S.

9. *Internet World Stats. Usage and Population Statistics.* Режим доступа: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

Статья поступила в редакцию 26.06.2007