

Ольга ГАРМАТИЙ

*Национальный университет «Львовская политехника»,
Украина*

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЖАНРОВ МЕЖДУНАРОДНОЙ ОНЛАЙН-ЖУРНАЛИСТИКИ

Расширение деятельности на просторах интернета – идеальная возможность для развития международной журналистики. Существует мнение, что интернет использует журналистику, а также противоположное, что, наоборот, журналистика – для собственного удобства – подстроила под себя интернет. Интернет-медиа уверенно заняли свою нишу в системе средств массовой информации, и во всем мире сейчас наблюдается тенденция к увеличению численности интернет-изданий и рост количества их пользователей. Современная интернет-журналистика – неотъемлемая составляющая международной журналистики.

Как отмечает Я. Н. Засурский, в мире происходят три важных процесса в обмене информацией. С одной стороны – это глобализация, то есть быстрый обмен информацией со всем миром. С другой стороны, благодаря интернету, возможно развитие малых местных структур: современные информационно-коммуникационные сети дают возможность малым группам присутствовать в виртуальном пространстве, объединяя своих представителей вне зависимости от государственных границ и географических расстояний. И, наконец, третья особенность современного развития – это технологизм, особая роль новых технологий в развитии общества [3].

Для рассмотрения мы выбрали популярное украинское интернет-издание «Украинская правда» и интернет-версию ежедневной газеты «День». «Украинская правда» является ярким примером современного профессионального интернет-СМИ, с которого и началась история украинской интернет-журналистики, это общедоступное, регулярно обновляемое издание, рассчитанное на широкую аудиторию. Интернет-версия всеукраинской газеты «День» также является профессиональным, общедоступным, нацеленным на широкий круг аудитории и регулярно обновляемым медиаресурсом, который имеет также собственные проекты. Именно созданию таких проектов поспособствовало появление официального сайта печатного издания, расширило пространство

для появления новых идей, которые на бумажных страницах было невозможно или очень сложно реализовать.

Интернет-СМИ – это, безусловно, удобный ресурс для предоставления и получения международной информации, но, кроме удобства, это универсальные СМИ, предусматривающие индивидуальный подход к потребителю. К публикациям прилагаются иллюстрации, инфографика, видео и аудио. И все это подстраивается под потребителя: скажем, если публикация небольшая – видеоматериал к ней прикрепляется не всегда, а если публикация имеет значительный объем – видео является обязательным, так как многим удобно смотреть новости, а не перечитывать, а кто желает – может и читать, и просматривать. Такая ориентация на различные типы потребителей влияет на рост популярности интернет-СМИ. Интернет-издание «Украинская правда» и интернет-версия газеты «День» являются ярким примером универсальности интернет-СМИ. Также в отдельных разделах на сайтах изданий размещены фото- и видеоархивы, что гораздо удобнее, чем если бы все эти материалы прикреплялись к публикациям. Так читателю удобнее пользоваться сайтом и искать нужные ему материалы.

Наряду с доступностью, удобством и универсальностью интернет-издания обладают такой характеристикой, как оперативность. Сетевые СМИ обеспечивают молниеносную скорость распространения информации. К примеру, на сайтах интернет-изданий «Украинская правда» и газеты «День» новости публикуют с интервалом 5-10 минут. На главной странице читатель видит сразу ленту новостей и время, когда материал появился на сайте. Интернет-СМИ фактически не используют функцию «прочитать позже». Единичные случаи её использования только подтверждают тот факт, что информация в интернете потребляется в режиме реального времени.

Ещё одним важным преимуществом интернет-СМИ является измеримость. Сеть владеет инструментами (например, это счётчики посещений), позволяющими быстро оценить популярность той или иной публикации. То есть, ознакомившись с публикацией, читатель может оставить комментарий не только относительно материала, но и самого описанного события. Это позволяет журналисту проанализировать эффективность публикации и даже свою работу. На сайте интернет-издания «Украинская правда» с помощью функции «Авторизоваться» читатель может оставлять комментарий под материалом. Публикации с наибольшим количеством комментариев попадают в раздел самых обсуждаемых. Интернет-версия газеты «День» использует данное преимущество как средство опроса читателей. На главной странице издания регулярно появляются актуальные опросы, результаты которых служат и

для анализа, и как возможность оценить реальное количество активных пользователей. Не стоит забывать и об экономичности интернет-изданий. Веб-издание при прочих равных условиях гораздо дешевле бумажного. «Украинская правда» – бесплатная для пользователей, а на электронную версию газеты «День» читатели могут оформить подписку, которая значительно дешевле печатного варианта.

Ещё одной особенностью сетевых СМИ является архив. Интернет-версия газеты «День» имеет архив, для удобства разделённый по номерам выпусков печатного издания. Архив публикаций интернет издания «Украинская правда» сделан в виде календаря, позволяет искать новости по датам их публикации. Для удобства существует также поиск по сайту. Такой архив способствует качественному росту журналистской продукции. Важную роль в существовании интернет-СМИ играет также реклама. «Специалисты по рекламе утверждают, что в последнее время наблюдается тенденция к снижению доли рекламы в печатных СМИ и перераспределение рекламных бюджетов в пользу более дешёвых или бесплатных интернет ресурсов. Они считают, что реклама в интернете работает гораздо эффективнее, чем в печатных СМИ», – пишет Л. Буркова [2]. Как и для других видов СМИ, для интернет-изданий реклама является источником заработка.

Современным интернет-изданиям в связи с большим количеством подобных СМИ довольно трудно удерживать свою аудиторию, а, значит, и успешность. Именно поэтому для интернет-СМИ важны наполнение сайта информативным и уникальным контентом и его удачное оформление. Для освещения международной информации большинство сетевых СМИ используют информационные и аналитические жанры. Так, сначала аудитории оперативно подаются новости, а затем предлагаются комментарии с анализом и оценкой этих событий. Вместе с тем, тексты международной тематики имеют специфику, которая связана с общей особенностью интернет-изданий: аудитория сетевых медиа не будет читать материалы, превышающие по объёму 8-10 тысяч знаков. А, значит, журналисты ограничены объёмом текста, поэтому им нужно кратко, но чётко изложить суть.

Среди жанров сетевой журналистики несравненно более значительное место занимают краткие информационные сообщения. Сетевые медиа активно используют жанры репортажа, интервью, а основу информационных жанров составляют заметки. И это понятно: читатели онлайн-изданий ищут оперативную информацию о последних событиях. Поэтому интернет-СМИ практикуют рубрику «Новости», которая обновляется с большей частотой, чем другие. Так, интернет-вариант газеты

«День» представляет международные новости по темам «Главные новости», «Мир», «Европа», «ЕС».

Общеизвестно, что в журналистике идёт постоянное обновление жанровой палитры, причём наиболее активно это происходит в такие интенсивные моменты развития общества, как наблюдаемые в настоящее время. Меняется характер, форма представления материала, происходит мутация привычных, устоявшихся текстовых форм. Подобные изменения вызваны необходимостью адаптации жанров к новым коммуникативным реалиям. Поэтому в современной международной онлайн-журналистике зародились новые жанры, присущие только интернет-медиа. К ним можно отнести веб-обзор – это обзор событий, осмысленных и проанализированных самим журналистом, а также веб-блог – это жанр, в котором авторы выражают собственное мнение о природе события. Веб-обзоры и веб-блоги хорошо развиты на сайтах интернет-изданий «Украинская правда» и газеты «День». Блогосфера является весомым аспектом деятельности интернет-изданий, здесь авторы работают в различных тематических разделах: политика, общество, экономика, культура, спорт, шоу-бизнес. Многие интернет-издания в Украине и мире, в частности «Украинская правда», имеют рубрику «Блоги». Вести её могут как журналисты, так и известные интеллектуалы за пределами редакции. По своему жанру это старые добрые «авторские колонки» или «дневники» – рубрики, которые издавна практикуются в традиционной печатной периодике [4]. Как указывает А. Акопов, среди жанров в сети популярны также письма-сообщения, письма-вопросы (запросы), письма-ответы, письма-консультации, в связи с чем, возможно, письмо в сети перестает быть жанром аналитической публицистики, превращаясь в информационный жанр. Речь идёт о преобладающей тенденции, а не об абсолютном, так как публицистическое открытое письмо также существует [1].

Важным элементом новости в интернет-издании является бэкграунд. Под ним понимают информацию о предшествующих событиях по теме публикации или по смежным темам. Обязательный элемент материала в интернет-медиа – ссылки: на различные источники. на внешнюю информацию, выполненные в гипертекстовом режиме. По мнению Р. Крейга, с помощью ссылок редакторы дают возможность читателям углублённо рассмотреть интересующую тему. Интернет-аудитория ценит эту возможность и ожидает её. Вообще, использование ссылок укрепляет процесс чтения [5, с. 82-83]. Кроме того, ссылки предоставляют журналистам возможность повысить полноту и достоверность публикаций, а читателям – воспользоваться альтернативными источниками и самостоятельно участвовать в интерпретации фактов.

Объем публикаций в интернет-издании «Украинская правда» и интернет-версии газеты «День» зависит от жанра материала. На сайте газеты «День» большинство новостных материалов подаются лаконично. Кроме коротких информационных сообщений, на сайте «Дня» в разделе «Газета» пользователям предлагаются аналитические публикации, в которых неизменно присутствует баланс мнений, освещены разносторонние комментарии. Одной из особенностей аналитики интернет-версии газеты «День» является то, что, несмотря на позицию руководства редакции, информация рассматривается с разных сторон. Такая же форма подачи материалов и на сайте интернет-издания «Украинская правда». В целом преобладают короткие информационные сообщения. В разделах «Статьи», «Колонки» и «Интервью» читатели могут найти больше информации, которая их интересует. Такое расположение материалов удобно для пользования и экономит время читателя на поиски нужного контента.

Основными критериями отбора международной информации для новости являются: актуальность, соответствие информации запросам и интересам аудитории, достоверность, полнота сообщения и точность данных. Следует выделить следующие особенности интернет-сообщений: короткие предложения, лёгкие для восприятия конструкции, материалы значительного объёма часто выходят несколькими частями. При написании новостных материалов нужно внимательно относиться к лексическим средствам: заменять канцеляризмы общеупотребительными синонимами, язык должен быть близким и понятным читателю, однако при этом не стоит прибегать к употреблению просторечной и бытовой лексики. На сайтах «Украинской правды» и «Дня» даются ссылки на социальные сети. Также пользователи могут поделиться каждой публикацией на своей персональной странице, добавив собственный комментарий. На сайте издания «Украинская правда» есть прямая ссылка на сообщество в Facebook. На него подписано более 544 тысячи участников. Публикации появляются постоянно, доступ к комментированию открыт всем пользователям социальной сети. Также в «Украинской правды» есть официальная страница в Twitter, у которой более миллиона читателей. Страница была создана в 2011 году, за это время было опубликовано больше 566 тысяч твиттов.

Интернет-вариант газеты «День» также имеет ссылки на страницы в социальных сетях. В Facebook у страницы газеты «День» 42630 подписчиков, новости публикуют каждый час, записи открыты для комментирования. В Twitter страница была создана в мае 2011 года, на неё подписаны почти 42 тысячи пользователей. Также, кроме вышеупомянутых популярных социальных сетей, интернет-версия

газеты «День» имеет профиль на ресурсе Google+ и канале YouTube под названием «День-TV», где размещены видео-интервью, видео-проекты, отчеты с фотовыставок. Создание страниц и сообществ в популярных социальных сетях – это не только возможность для интернет-изданий увеличить количество читателей. Профили на подобных ресурсах создаются также для удобства пользователей: читателю для получения новой информации достаточно зайти в сообщество в любимой социальной сети и выбрать интересующую новость.

Что могут дать социальные сети сайтам СМИ? Прежде всего, повышение узнаваемости. Если пользователей, которые зайдут на сайт по рекомендации френд-ленты, заинтересует его содержимое, они запомнят сайт. А дальше все зависит от самого сайта СМИ: сможет ли он своим контентом удерживать внимание посетителя в дальнейшем. Наибольшее приобретение для сетевых СМИ – это комментаторы: люди, которые регулярно ведут блоги, постят в сообществах фото и видео, активно обсуждают события, то есть информационно активная аудитория, которая нужна СМИ. Эту аудиторию, привыкшую оставлять feedback, впоследствии можно будет монетизировать с помощью платных сервисов или медийной рекламы.

Таким образом, можно сделать некоторые выводы. В наполнении сайтов интернет-изданий международной информацией присутствуют различные журналистские жанры: информационные сообщения, репортажи, интервью. Среди жанров сетевой журналистики несравненно более значительное место занимают краткие информационные сообщения. Основу информационных жанров составляют заметки. Международная интернет-журналистика также породила собственные жанры, присущие только ей: веб-обзоры, веб-блоги. Отдельного внимания заслуживает блогосфера. Блоги являются неотъемлемой частью интернет-изданий. Блогерами в интернет-изданиях являются как журналисты, так и представители политики, культуры, спорта, эксперты в любых отраслях. Для увеличения количества читателей интернет-СМИ используют социальные сети, что позволяет им ближе узнать пользователя и четче определить его информационные потребности. Появление интернет-изданий в социальных сетях свидетельствует о проникновении СМИ в жизни пользователей. Интернет способен сделать международную информацию оперативной, мультимедийной и гипертекстуальной, максимально учитывая при этом интересы аудитории.

Литература

1. Акопов, А.И. Типологические признаки сетевых изданий / А.И. Акопов. // Филологический вестник Ростовского государственного университета. – 2000. – № 1. – С. 42–44.

2. Буркова, Л. Интернет как будущее традиционных СМИ / Людмила Буркова // Курьер печати. №43 [Электронный ресурс]. – 2006. – Режим доступа: <http://www.jur-jur.ru/articles/articles363.html>

3. Засурский, Я.Н. Информационное общество, интернет и новые средства массовой информации / Я.Н. Засурский // Информационное общество [Электронный ресурс]. – 2001. – Режим доступа: <http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/7f14c5ca2cb3d0d2c3256c4c003c5335>

4. Потятиник, Б. Интернет-журналистика: меж професії / Борис Потятиник // Медіакритика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.media.krytyka.info/za-scho-krytykuyut-media/internet-zhurnalistyka-mezhi-profesiyi.html>

5. Крейг, Р. Интернет-журналистика: работа журналиста і редактора у нових ЗМІ / Ричард Крейг ; перекл. з англ. А. Іщенко. – К.: Києво-Могилянська академія, 2007. – 323 с.

Айгуль ГИЛЬМАНОВА

*Казанский государственный институт культуры,
Россия*

ОТРАЖЕНИЕ АКСИОЛОГИЧЕСКИХ ОРИЕНТИРОВ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА В СМИ РОССИИ

В современном российском обществе меняется отношение к ценностным ориентирам, таким как индивидуальность, материнство, здоровье, мужественность, мир, деньги, скромность, пунктуальность, самоуважение, первенство, агрессивность, коллективная ответственность, уважение к старшим, уважение к молодым. Изменения произошедшие в постсоветский период отмечают исследователи А.И.Косарев [1], И.С. Бочарникова [2]. Разработка проблемы ценностных оснований духовной жизни общества осуществляется философами, социологами, психологами, филологами, юристами, педагогами. Среди последних работ наиболее значимыми, на наш взгляд, являются докторские диссертации И.В. Ерофеевой, Р.С. Гарифуллиной, Т.В. Чапля, А.Б. Бакурадзе.

Средства массовой информации, с одной стороны, отражают объективную действительность, вместе с ней и процесс трансформации аксиологических ориентиров, а с другой стороны, формируют данные ценности, так как транслируют контент на массовую аудиторию. Средства массовой информации производят особенный продукт, который имеет экономическую и духовную ценность. Отношение к средствам массовой информации исключительно как бизнесу, а к массовой аудитории как потребителю продукта СМИ, приводит к кризису и недоверию образованной аудитории.