

бое государство должно создавать сильные брендовые, исторические, технологические мемы. Модель замка в защите ядерной информации, которую используют, например, Северная Корея и частично Китай (заблокированы соцсети Facebook, Twitter, YouTube и др.), а также некоторые другие страны, не является эффективной, поскольку направлена лишь на сохранение ядерной информации, а не на борьбу с чужеродными мемами. Модель рыночной площади, которая предполагает трансляцию своих идеологически-культурных кодов с помощью всех доступных средств, в этом случае более оправдывает себя, ведь, как известно, лучшая защита – это нападение.

Литература

1. Базовые национальные ценности. Формирование базовых национальных ценностей – [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://fb.ru/article/300519/bazovyie-natsionalnyie-tsennosti-formirovanie-bazovyih-natsionalnyih-tsennostey>.
2. Гуров, О. Н. Вирус как инструмент медиатерроризма в культуре [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.proza.ru/2013/11/28/1250>.
3. Концепция духовно-нравственного развития и воспитания личности гражданина России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mosmetod.ru/metodicheskoe-prostranstvo/nachalnaya-shkola/inklyuzivnoe-obrazovanie/fgos/kontsepsiya-dukhovno-nravstvennogo-razvitiya-i-vospitaniya-lichnosti-grazhdaninrossii.html>.
4. Менегетти, А. Онтопсихология и меметика / пер. с ит. Е.Ус. – Рим, 2002. – 148 с.
5. Панарин, И. Н. Информационная война, PR и мировая политика. – М., 2006. – 352 с.
6. Почепцов, Г. Информационные войны. Новый инструмент политики. – М.: Алгоритм, 2015. – 256 с.
7. Огромные массивы информации передаются на хранение в хранилища США [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://ruskline.ru/news_rl/2014/05/16/ogromnye_massivy_informacii_peredayutsya_na_hranenie_v_hraniliwa_ssha.
8. Adams, J. T. The Epic of America// Little, Brown, and Co. 1931.
9. «Courrier International», № 300, 01–21.08.1996.
10. Kohls L., Robert. The Values Americans Live By. – URL: <http://www.uri.edu/mind/VALUES2.pdf>.

Сергей Зеленко, Сунь Кэ

Белорусский государственный университет

АРХИТЕКТОНИКА И СТРУКТУРА МОБИЛЬНОЙ ВЕРСИИ КИТАЙСКОГО ИНТЕРНЕТ-ПОРТАЛА www.163.com

Сегодня китайский интернет-портал www.163.com, принадлежащий корпорации «NetEase Incorporated», представляет собой глобальный сложно-структурированный многоуровневый медиасервис, мобильная версия которого (<http://www.3g.163.com>) полностью адаптирована под функциональные

возможности портативных устройств – смартфонов, планшетов (планфонов), карманных персональных компьютеров (в том числе и коммуникаторов), планшетов и т. д. Такая адаптация предлагаемого пользователям текстового, видео- и аудиоконтента в первую очередь обусловлена постоянным ростом рынка мобильных устройств и необходимостью реализации соответствующих потребностей их владельцев. Как подчеркивает российский исследователь А. Иванов, «новый коммуникационный этап в жизни общества характеризуется активным развитием массовых технологий и их повсеместным внедрением, изменением системы СМИ, но в большей степени – сетевых медиа, которые должны постоянно оставаться в тонусе, соответствовать современным трендам и тенденциям» [2, с. 11]. Следует отметить, что число пользователей мобильного интернета в Китайской Народной Республике на конец 2017 года составляет около 650 млн человек [4]. Причем статистические данные свидетельствуют о более чем пятикратном увеличении этого параметра по сравнению с 2008 г. Учет данной тенденции позволил руководству компании «NetEase Incorporated» вывести сайт <http://www.163.com> (мобильная версия – <http://www.3g.163.com>) на лидирующие позиции китайского информационно-коммуникационного рынка.

На сайте <http://www.3g.163.com> пользователи в режиме реального времени имеют возможность найти контент различного характера по нескольким тематическим направлениям: «Рекомендуемое» (推荐), «Новости» (新闻), «Развлечения» (娱乐), «Спорт» (体育), «Изображения» (图片), «Видео» (视频), «Финансы и экономика» (财经), «Автомобили» (汽车), «Военные» (军事), «Авиация» (航空), Живой эфир (直播), «Мобильный телефон» (手机), «Мода» (时尚), «Семья» (亲子), «Образование» (教育), «Игры» (游戏), «Здоровье» (健康), «Наука и технологии» (科技), «Путешествия» (旅游), «Искусство» (艺术), «Лотерея» (彩票), «Вино» (酒香) и др. Наименования данных рубрик располагаются в полосе прокрутки горизонтального меню сайта под рекламным баннером, над которым размещается логотип портала в виде стилизованных иероглифов с его названием. Слева от логотипа находится кнопка для входа (при необходимости – регистрации) в личный кабинет пользователя портала (стилизованное антропоморфное изображение), справа – кнопка для перехода к сервису электронной почты (изображение конверта), а также – кнопка (изображение стрелки в прямоугольнике) для установки на мобильные устройства пользователей соответствующего бесплатного мобильного приложения «NetEase Mobile News Application», доступного для свободного скачивания на пользовательские портативные устройства, работающие на базе наиболее распространенных операционных систем – Android, iOS, WindowsMobile (WindowsPhone).

Отметим, что полоса прокрутки с главным меню в мобильной версии сайта (выполнена она в красном цвете для контрастного отображения на-

званий рубрик, которые набраны белым тонким шрифтом) при пролистывании новостной ленты находится в зафиксированном состоянии в верхней части экрана. Подобный функционал облегчает пользователям навигацию, поскольку не требует возвращения к главному меню при необходимости перехода к другому разделу ресурса. Такой подход разработчиков к юзабилити сайта демонстрирует учет интересов пользователей, предугадывание их потребностей и разрешение возможных проблем (в том числе и еще до их появления) при посещении портала.

В полосе прокрутки горизонтального меню справа располагается кнопка (изображениями стрелки, направленной вниз) вызова выпадающего развернутого тематического меню и блока с иконками, которые являются гиперссылками на различные дополнительные сервисы, реализуемые в интернете в рамках своей основной деятельности компанией-владельцем анализируемого портала – «NetEase Incorporated»: социальная сеть для хранения фотографий и видеофайлов; ресурс с клипами популярных китайских исполнителей; электронный образовательный ресурс; сервис электронной почты; доска частных объявлений; ризлторский каталог; электронная библиотека; игровой портал; сайт знакомств.

Отметим, что дизайн используемых в мобильной версии сайта кнопок перехода и вызова дополнительных сервисов (изображенные на них пиктограммы) интуитивно понятен пользователям, не должен вызывать у них трудностей в интерпретации «зашифрованного» значения. Этот факт также следует рассматривать в ключе продуманности разработки функционала анализируемого портала.

Информационные сообщения на адаптированной под мобильные устройства версии сайте (блок с новостной лентой, баннерная реклама, изображения, иллюстрирующие новости) располагается без сложного разверстывания в одной колонке. Такой способ подачи текстовой и графической информации представляется оправданным и функционально удобным, поскольку позволяет максимально эффективно использовать всю рабочую площадь страницы небольшого формата, грамотно акцентировать внимание пользователей на определенных ее структурных элементах (в том числе и визуальных) и при этом не перегружать мобильную версию сайта.

Под строкой горизонтального меню на сайте встроен слайдер для демонстрации фотографий по нескольким главным на текущий момент новостям, при этом изображения являются прямыми ссылками на соответствующие страницы с иллюстрируемыми материалами.

В ленте сайта минимальная текстовая информация (как правило, это заголовочный комплекс) сопровождается соответствующим изображением (фотография, рисунок, схема); наличествуют также текстовые ссылки (без графического сопровождения) на новости, опубликованные в тематических

рубриках портала; присутствуют рекламные баннеры и текстовые ссылки на различные интернет-проекты компании «NetEase Incorporated». Следует подчеркнуть, что в личном кабинете пользователя есть возможность выбора способа выдачи информации в мобильной версии сайта:

- одноколонная верстка (сплошная лента новостей), где текстовая информация сопровождается графическим иллюстрирующим контентом;
- одноколонная верстка (сплошная лента новостей), где текстовая информация подается без сопровождения графического иллюстрирующего контента;
- трехколонная верстка (по аналогии с ПК-версией сайта), где текстовая информация сопровождается графическим иллюстрирующим контентом;

Отметим, что в ленте сайта (при одноколонной верстке с иллюстрациями) присутствуют и блоки текстовой информации, размещенной непосредственно на фотографиях и других графических объектах, что, очевидно, делается для привлечения к этим материалам особого внимания пользователей портала. Такой своеобразный оформительский прием можно рассматривать как довольно эффективный способ невербальной организации канала коммуникации. Рекламные блоки реализуются на сайте <http://www.3g.163.com> с применением этого же приема, что не делает рекламные сообщения чужеродным элементом в композиционном решении структуры портала, однако позволяет им в полной мере выполнять свою функцию привлечения произвольного внимания потенциальных потребителей рекламируемого продукта или услуги.

В отличие от нижней части главной страницы сайта www.163.com, в мобильной версии не дается ссылка на текущую финансово-отчетную документацию компании «NetEase Incorporated», которая публикуется для ознакомления, например, потенциальных и действительных акционеров и инвесторов (цена акций и план их выкупа, причитающиеся к выплате дивиденды, активы компании, размер чистой и валовой прибыли за текущий период и т. д.). Такой подход к обнародованию корпоративной информации на главной странице сайта может содействовать формированию лояльного отношения пользователей не только к самому интернет-ресурсу, но и его к компании-владельцу – «NetEase Incorporated», что должно положительно сказываться на коммерческом успехе других медийных проектов компании. Однако отказ от подобного функционала в мобильной версии сайта также вполне объясним, поскольку ознакомление с финансовым контентом, с юридической информацией, официальными документами, требующими анализа и обдумывания, вряд ли будет осуществляться заинтересованными лицами при помощи портативного мобильного устройства. По этой же

причине, очевидно, в мобильной версии сайта, в отличие от его ПК-версии, в «подвале» страницы отсутствуют ссылки на сканированные изображения лицензий и других документов, выданных государственными органами Китайской Народной Республики компании «NetEase Incorporated», которые подтверждают официальный статус анализируемого сайта: лицензия на коммерческую деятельность, лицензия на интернет-услуги, лицензия на распространение информации в интернете, разрешение на производство аудиовизуальных программ.

Отдельно следует отметить, что пользователям мобильной версии сайта <http://www.163.com> при навигации по portalу предоставляется возможность обновления опубликованных новостей, путем нажатия на соответствующую «плавающую» кнопку (изображение круговой стрелки), на которой отображается количество новых материалов. Подобным же образом можно вызвать и онлайн-форму для отправки администрации сайта текстового сообщения. Данный факты также можно рассматривать как положительный пример эффективного способа коммуникации с аудиторией и формирования у нее лояльного отношения к собственному (качественному, безопасному и удобному в использовании) медиапродукту. Как отмечают Фредерик Ф. Райхельд и Тил Томас, формирование лояльности – это одна из основных стратегических задач любой коммерческой организации, которая ставит своей целью не только сохранение своей рыночной конкурентоспособности, но и ее повышение. Подобная цель может быть достигнута, в том числе и через создание дополнительных ценностей (не только и не столько коммерческих, как социальных и общественно значимых), важных как для самого предприятия (компании, организации), так и для его партнеров и конечных потребителей [3].

Белорусский медиа исследователь А. Градюшко справедливо отмечает: «Нарастают тенденции к просмотру новостей исключительно на мобильных устройствах, увеличивается доля визуального контента в онлайн-медиа»[1, с. 339]. Однако практика показывает, что в настоящее время пользователи при помощи мобильных устройств знакомятся не только с новостным, но и другими видами контента. Не учитывать этот факт при реализации своей деятельности современные средства массовой информации (в том числе и онлайн-овые) не могут. Как демонстрируют результаты проведенного анализа дизайна, структуры и юзабилити мобильной версии сайта www.163.com, а также способов и приемов подачи текстовых и графических материалов на нем, удобства использования широчайшего спектра предлагаемых пользователям дополнительных сервисов и функций, разработчики данного продукта не пренебрегали интересами своих читателей, слушателей и зрителей, использовали для удовлетворения их информационных, досуговых, образовательных и других потребностей разнообразные технические и

оформительские приемы организации и поддержания наиболее эффективных каналов коммуникации с аудиторией.

Литература

1. Градюшко, А. Журналистский текст в условиях медиатрансформации / А. Градюшко // Журналістыка-2017: стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы 19-й Міжнар. навуц.-практ. канф., 16–17 ліст. 2017 г., Мінск, / рэдкал.: С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. – Вып. 19. – Мінск : ААТ «Паліграфкамбінат імя Я. Коласа», 2017. – С. 339–342.
2. Иванов, А. Использование средствами массовой информации новейших технологий в контексте медиатизации общества / А. Иванов // Журналістыка-2016: стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы 18-й Міжнар. навуц.-практ. канф., прысвечанай 95-годдзю БДУ, 10–11 ліст. 2016 г., Мінск, / рэдкал.: С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. – Вып. 18. – Мінск : ААТ «Паліграфкамбінат імя Я. Коласа», 2016. – С. 11–15.
3. Райхельд, Ф. Ф. Эффект лояльности: движущие силы экономического роста, прибыли и непреходящей ценности / Фредерик Ф. Райхельд, Тил Томас. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2005. – 384 с.
4. Number of mobile internet users in China from 2008 to 2018 // Statista. – [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.statista.com/statistics/265146/number-of-mobile-internet-users-in-china/>. – Date of access : 11.12.2017.

Марта Мартынюк

Белорусский государственный университет

ХУДОЖЕСТВЕННО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИЕ ТЕКСТЫ В ПЕЧАТНОМ И ОНЛАЙН-ФОРМАТЕ (на материале областной газеты «Заря»)

Сегодня все газеты Брестской области – и государственные, и частные (в том числе справочно-рекламного характера) – представлены в Интернете. На 01.11.2017 функционирует 29 сайтов печатных СМИ региона. Подавляющее большинство контента составляют газетные публикации, размещаемые без изменения в том виде, в котором они выходят в печатном номере.

В современных трудах по интернет-журналистике отмечается, что «одна из особенностей Интернета заключается в том, что он постоянно развивается и меняется, причем не только количественно. С каждым технологическим прорывом создаются новые типы ресурсов и новые инструменты (либо значительно улучшаются старые). Это требует от активных пользователей (в число которых входят журналисты) постоянного отслеживания событий и тенденций, а значит, дополнительных усилий и времени» [2, с. 336]. А. А. Калмыков и ряд других исследователей считают, что создание интернет-версии газеты должно сопровождаться и формированием отдель-