

5. Симакова, С. И. Мультимедийная история и ее особенности / С. И. Симакова, С. А. Панокова // Вестник Челябинского государственного университета. Филологические науки. – 2017. – № 9 (405). – С. 58–66.
6. Шевченко, В. Э. Теоретические основы визуальной коммуникации / В. Э. Шевченко // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Сер. Гуманитарные науки. – 2013. – № 20 (163). – Вып. 19. – С. 174–180.

Алена Кунахавец-Плявака

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт (г. Мінск, Беларусь)

РАЁННАЯ ГАЗЕТА І САЦЫЯЛЬНЫЯ СЕТКІ: ПЕРСПЕКТЫВЫ ЎЗАЕМАДЗЕЙННЯ (на прыкладзе мясцовых СМІ Брэстчыны)

Гарантам паспяховага функцыянавання традыцыйных сродкаў масавай інфармацыі ў эпоху лічбавых тэхналогій з'яўляецца іх прысутнасць у сацыяльных сетках, уцягнутасць аўдыторыі і высокая актыўнасць падпісчыкаў. Па даных Нацыянальнага статыстычнага камітэта, больш за 80 % інтэрнэт-карыстальнікаў ва ўзросце ад 11 да 54 гадоў выходзяць у сёціва дзеля зносін у сацыяльных сетках [1, с. 57]. Даследчыкі акцэнтуюць увагу на тым, што сёння актуалізуецца медыяспажыванне «ў абыход» традыцыйных СМІ, пры гэтым актыўнасць інтэрнэт-карыстальнікаў засяроджваецца менавіта ў «ВКонтакте», «Одноклассниках», Twitter, Facebook [2, с. 86]. Канкурэнцыя за ўвагу аўдыторыі становіцца яшчэ больш жорсткай: усё часцей інтэрнэт-карыстальнікі замест звыклых інфармацыйных альбо забаўляльных сайтаў аддаюць перавагу сацыяльным медыя, якія становяцца для іх галоўнай крыніцай інфармацыі. Перад медыясферай паўстае неабходнасць выкарыстання новых спосабаў прадстаўлення журналісцкага кантэнту для яго шматканальнага распаўсюджвання.

Не адстаюць ад патрабаванняў часу і раённыя выданні Брэстчыны. Усе 16 газет паўднёва-заходняга рэгіёна нашай рэспублікі маюць акаўнты ў «ВКонтакте» і «Одноклассниках». Так, рэдакцыя баранавіцкага «Нашага краю» ў вышэйадзначаных сацыяльных сетках аб'ядноўвае вакол сябе адпаведна 14 245 і 7 965 інтэрнэт-карыстальнікаў, прытым што тыраж друкаванай версіі газеты складае 13 425 экз. На акаўнты пінскай «раёнкі» падпісаны 7 851 і 10 545 чалавек, што ў суме значна перавышае агульны разавы тыраж друканай версіі (на 1 студзеня 2018 г. – 4 768 экз.). Большасць разгледжаных намі выданняў прадстаўлены ў Instagram,

Facebook і Twitter. Адзначым, што апошнія не атрымалі шырокага распаўсюджання ў беларускіх рэгіёнах, таму прасоўванне мясцовых СМІ на гэтых платформах бачыцца малаэфектыўным. Да прыкладу, у суполцы баранавіцкай «раёнкі» ў Twitter толькі 58 фаловераў, на акаўнт «Заря над Бугом» у Facebook падпісана і за тое менш – 36 «людзей». З Instagram сітуацыя адваротная: яго візуальны функцыянал дастаткова прывабны для сучаснага медыяспажываўца, які не марнуе свой час на чытанне і напісанне тэкставых паведамленняў. Прадказальна, што інстаграм-акаўнты раённых газет актыўна папаўняюцца падпісчыкамі.

Насуперак чаканням скептыкаў, рэдакцыі мясцовых выданняў не страцілі сваю аўдыторыю, а, наадварот, пашырылі яе за кошт актыўных карыстальнікаў. Сацыяльныя сеткі сёння становяцца новым каналам камунікацыі СМІ з аўдыторыяй. Акрамя таго, гэта невычэрпная крыніца інфармацыі для саміх журналістаў. Пакуль не ўсе выданні Брэсцкай вобласці ў поўнай меры выкарыстоўваюць гэтыя магчымасці: большасць раённых газет па-ранейшаму будзе сваю дзейнасць, абапіраючыся на задачы традыцыйнай вытворчасці, а не на інфармацыйныя чаканні аўдыторыі. Прысутнасць газеты ў сацыяльных сетках будзе эфектыўнай толькі ў тым выпадку, калі рэдакцыя будзе адаптаваць кантэнт менавіта для гэтых платформаў.

Прадстаўніцтва ў сацыяльных сетках павінна вырашаць асноўную задачу – далучаць аўдыторыю да камунікацыі і як мага даўжэй утрымліваць яе. Калі кантэнт адпавядае інтарэсам і чаканням аўдыторыі, выклікае пэўныя эмоцыі, карыстальнікі рэагуюць на яго канкрэтнымі дзеяннямі – лайкамі, рэпостамі і каментарыямі. У. А. Сцяпанаў гаворыць аб асаблівым статусе сацыяльных медыя: «гэта “Ід” (Яно) медыясферы, куды выцясяюцца непаліткарэктныя тэмы, шок-кантэнт, радыкальныя ацэнкі – усё, што непрымальна для «Эга» (Я) – традыцыйных СМІ» [4, с. 89]. І менавіта ўсё гэта, што вельмі важна, выклікае выключную цікавасць у інтэрнэт-карыстальнікаў. Кантэнт супалак раённых газет часцей жа цалкам дублюе змест газеты і сайта, як вынік – узровень уцягненасці аўдыторыі застаецца вельмі нізкім. Мэтазгодным бачыцца разбаўленне загаловаў «традыцыйных» журналісцкіх матэрыялаў ацэначнымі меркаваннямі, жартамі і г. д.

Пры вызначэнні эфектыўнасці працы рэдакцый у сацыяльных медыя асноўным паказчыкам з’яўляецца ўцягненасць. Не агульная колькасць падпісчыкаў, як гэта было да ўкаранення алгарытмаў «разумных стужак», а актыўнасць гэтай аўдыторыі (колькасць рэпостаў,

каментарыяў, лайкаў), што дазваляе ацаніць якасць кантэнту з пункту гледжання атрымання зваротнай сувязі ад карыстальніка. Сярод якасных паказчыкаў, універсальных для папулярных сацыяльных сетак і даступных для збору без валодання правамі адміністратара, можна вылучыць наступныя: уцягненасць у пераліку на дзень (Daily Engagement Rate альбо ER day), уцягненасць у пераліку на пост (Engagement Rate by Posts, ER post), колькасць лайкаў, рэпосты, каментарыі. Першы з іх – ER day – найбольш універсальны, бо дэманструе агульную актыўнасць супольнасці. Вызначыць яго можна па наступнай формуле:

$$ERday = \frac{\text{лайкі} + \text{каментары} + \text{рэпосты (за канкрэтны дзень)}}{\text{колькасць падпісчыкаў на гэты дзень}} \times 100 \%$$

З улікам уцягненасці ў пераліку на сярэдні дзень найбольш паспяховым у «ВКонтакте» можна назваць прадстаўніцтва «Нашага краю» (3,34 %), «Ляхавіцкага весніка» (3,1 %), «Полесской правды» (3,02 %), «Навін Камянеччыны» (3 %). Гэтыя выданні выкарыстоўваюць сацыяльныя сеткі не проста дзеля рэтрансляцыі навін, а змяшчаюць у сваіх суполках вялікую колькасць арыгінальнага медыякантэнту. Сярод падпісчыкаў праводзяцца апытанні, арганізуюцца конкурсы, віктарыны і інш. Супрацоўнікі рэдакцый рыхтуюць спецыяльныя посты – невялікія тэксты, якія анансуюць і сцісла апісваюць сутнасць публікацый, ствараюць інтрыгу і падштурхоўваюць чытача зрабіць «клік» і перайсці на сайт. Рэзананс звычайна выклікаюць матэрыялы на тэмы крыміналу, транспарту, росту цэн, беспрацоўя – публікацыі, у аснове якіх ляжыць канфлікт.

Большасць жа раённых выданняў Брэстчыны, як паказвае практыка, стварылі суполкі ў папулярных сацыяльных сетках, набралі ў іх пэўную колькасць падпісчыкаў і не клапацяцца аб наладжванні эфектыўнай камунікацыі са сваімі падпісчыкамі. Некаторыя акаўнты ўвогуле вельмі рэдка абнаўляюцца. Безумоўна, працэнт пераходаў на сайты газет праз сацыяльныя сеткі ў такім выпадку таксама будзе невысокі. Важна павышаць крэатыўнасць публікацый, выкарыстоўваць адпаведныя загаловкі для прыцягнення чытацкай увагі. Павялічыць уцягненасць аўдыторыі ў эпоху дэфіцыту часу і ўвагі можна, толькі ўзбагаціўшы сацыяльныя медыя візуальным кантэнтам.

Сёння, каб захаваць сваю канкурэнтаздольнасць, раённыя газеты павінны бесперапынна эвалюцыянаваць. Найважнейшай стратэгіяй развіцця ў блізкай перспектыве павінна стаць узмацненне ўзаемаўплыву

традыцыйных і сацыяльных СМІ. Канцэпцыя «чытач → газета» (у рэдакцыю з лістамі, скаргамі, просьбамі) губляе сваю актуальнасць, на змену ёй прыходзіць новая мадэль узаемаадносін «газета → чытач» (з конкурсамі, цікавымі акцыямі і новымі праектамі да сваіх чытачоў). Аўдыторыя патрабуе асаблівага стаўлення да яе, эфектыўнай камунікацыі, і сацыяльныя сеткі ў гэтым выпадку – ідэальная магчымасць наладзіць стасункі.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. Беларусь в цифрах: статистический справочник / Национальный статистический комитет Республики Беларусь ; [редкол. : И. В. Медведева и др.]. – Минск, 2018. – 71 с.
2. Градюшко, А. А. Визуализация как новый творческий метод веб-журналистики Беларуси / А. А. Градюшко // Известия Гомельского государственного университета имени Ф. Скорины. – 2015. – № 1 (88). – С. 84–88.
3. Степанов, В. А. Сообщества в социальной сети «ВКонтакте» как СМІ: особенности типологии и перспективы развития / В. А. Степанов // Веснік Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта. Серыя 4. Філалогія. Журналістыка. Педагогіка. – 2015. – № 2. – С. 86–90.

Павел Осипов

Белорусский государственный университет (г. Минск, Беларусь)

СОВРЕМЕННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В КОНТЕКСТЕ ИНТЕРАКТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Стремительное развитие информационных технологий и систем коммуникаций приводит к переосмыслению информационной среды современного общества и приносит новые возможности технического прогресса. Такая тенденция меняет весь информационный уклад общества и означает переосмысление всего коммуникационного процесса.

Информационные и коммуникационные технологии постепенно проникают во все сферы образования. Этому способствует информационная глобализация современного мира, развитие технологий и доступность технических средств, разработка мобильных приложений, программ и интерактивных образовательных платформ, создание программ, направленных на информатизацию образования.

Достижения в области создания инновационных образовательных платформ, основанных на реализации возможностей современных информационных технологий, позволяют прогнозировать создание и внедрение программно-методического комплекса, ориентированного на