

4. Пустовалов А. В. Комьюнити-медиа Пермского края: «общиной, для общины, об общине» / А. В. Пустовалов, З. С. Антипина // Информационное поле современной России: практики и эффекты. Сборник статей XIII Международной научно-практической конференции, Казань, 20–22 октября 2016 г.; Казань, Россия. – Казань: Издательство Казанского университета, 2016. – С. 260–265.
5. Свитич, Л. Г. Изменение журналистской профессии в процессах медиаконвергенции / Л. Г. Свитич // Вестник Челябинского государственного университета. – 2015. – № 5 (360) – С. 406–414.
6. Свитич, Л. Г. Газеты средних и малых городов России. Социологическое исследование: опрос редакторов и журналистов. / Л. Г. Свитич и др. // Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова – Москва, 2015 – 237 с.
7. Харитоновна, С. В. Визуальные признаки таблоидизации городских газет. / С. В. Харитоновна // Веснік Гродзенскага дзяржаўнага ўніверсітэта імя Я. Купалы. Серыя 3. Філалогія. Педагогіка. Псіхалогія. – 2018. № 3 – С. 43–47.
8. Черепанова, Л. Л. Журналист районного СМИ. Штрихи к современному портрету. / Л. Л. Черепанова // Информационное поле современной России: практики и эффекты. Сборник статей XIII Международной научно-практической конференции, Казань, 20–22 октября 2016 г.; Казань, Россия. – Казань: Издательство Казанского университета, 2016. – С. 323–329.
9. Шпаковский, Ю. Ф. Редакционный маркетинг в социальных сетях / Ю. Ф. Шпаковский, А. А. Чупригин // Труды БГТУ. Сер. 4, Принт- и медиа-технологии. – Минск: БГТУ. – 2018. № 2 (213). – С. 44–49.

Екатерина Гуртовая

Белорусский государственный университет (г. Минск, Беларусь)

ОПТИМИЗАЦИЯ ФОТОКОНТЕНТА ОНЛАЙН-ВЕРСИЙ РЕГИОНАЛЬНЫХ ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ

Практическим материалом данного исследования послужил фотоконтент сайтов государственных региональных СМИ Республики Беларусь за 2016–2018 гг., рассмотрены показательные примеры публикаций фотожурналистских произведений в цифровой среде, установлены основные направления по усовершенствованию фотографической составляющей онлайн-версий региональных периодических изданий.

Цифровая среда имеет уникальные возможности репрезентации информации и, в связи с этим, задает определенный набор ожиданий сетевой аудитории относительно системы навигации сайта, степени выраженности таких параметров как интерактивность, динамичность, многомерность, персонализация, просьюмеризм, что обусловлено предшествующим опытом деятельности в интернете.

Безусловно, в первую очередь онлайн-версии региональных периодических изданий демонстрируют те же основные проблемы, какие диагностируются и в печатных региональных газетах. Прежде всего это злоупотребление стереотипными изображениями, среди которых наиболее распространенными являются портрет героя публикации за рабочим столом; фото «на паспорт» – изображения в анфас, лишённые динамики; групповое фото, представляющее собой строй стоящих или, реже, сидящих коллективов; фото людей, имитирующих действие, но не совершающих его на самом деле; вручение или демонстрация грамот. Как можно заметить, по своей сути эти фото олицетворяют статичный подход к фотографии, их появление обусловлено прежде всего отсутствием в штате профессиональных фотографов, способных запечатлеть момент в процессе естественно развивающегося события, что достаточно сложно пишущему журналисту (попытки избежать статики и запечатлеть действие как оно есть непрофессионалом в области фотографии, иногда приводят к появлению курьезных снимков [1]). В цифровой среде, «текучей» по своей природе, такого рода снимки в неумеренных количествах выглядят инородно и архаично.

Несмотря на то, что преимущественно онлайн-версии размещают больше фотографий, чем в сравнении с печатью, наблюдается визуальное однообразие изобразительных планов. Как и в печатных публикациях, преобладают снимки общего и среднего плана, дающие представление о ситуации в целом, устанавливающие психологическую дистанцию со зрителем, отстраненность. Крайне редко встречается крупный план, вызывающий наибольшее психологическое воздействие и эффект сопереживания, практически полностью отсутствует сверхкрупный план (деталь), изредка представленный стоковыми изображениями, имеющими иллюстративный характер (т. е. непосредственно не соотносящиеся с реальной ситуацией). Показателен пример публикации, посвященной 60-летию трудовой деятельности Героя Социалистического Труда Зинаиды Ярошевич: нет крупного плана «самой титулованной женщины района», вместо этого помещена подборка мелких фотографий, не поддающихся увеличению, на которых едва видно лицо [2].

Характерной ошибкой является размещение однотипных фотографий на главной странице сайта – аналоге (но не дубликате) первой полосы печатного издания – функция которой заключается не только в информировании, но и в привлечении внимания целевой аудитории, превращении потенциальных читателей в постоянных. Например, «Кобрынскі веснік» от 28.01.2019 публикует 6 групповых статичных снимков [3].

Неприемлемо использование ряда однотипных работ и в пределах одной публикации (одна точка съемки, одно место съемки, одинаковый метод съемки): в публикации «Дняпроўскай праўды» от 16.01.2019 «Работники соцслужбы Дубровенщины отпраздновали юбилей» размещено 17 однотипных фотографий сцены, сделанных с одного зрительского места в зале (на фото меняются только выстраивающиеся «под линейку» персонажи) [4].

Региональными изданиями не вполне использован потенциал цифровой среды, преодолевающей ограничения бумажного носителя (в печатном издании небольшой масштаб снимка частично может быть оправдан экономией пространства газетной полосы). Чаще всего фотографию на сайтах региональных СМИ невозможно увеличить, кликнув на нее. В публикации газеты «Навіны Палесся», рассказывающей о Рождественском турнире по футболу среди детей, заглавное групповое фото, на котором запечатлено не менее пятидесяти юных футболистов, не увеличивается: изображение, которое могло вызвать огромный интерес у подписчиков – как родителей футболистов, так и самих детей – не только не вызывает эмоций, но также утрачивает информативность, становится условным, так как не предоставляет возможности идентифицировать лица [5].

При размещении нескольких фотографий в публикации наиболее сильный снимок, способный привлечь внимание читателя и мотивировать дальнейшее чтение, часто размещается не первым, как следовало бы ожидать, а в середине или конце текста. В публикации «Поможем найти детям новый дом!» заглавная фотография представляет собой мелкое групповое «некликабельное» фото, на котором изображены воспитанники социально-педагогического центра [6]. Фотографии, нуждающихся в усыновлении четверых детей, где хорошо видны их лица, выражение глаз, – спрятаны и открываются взгляду читателя только после прокрутки публикации.

Распространенным явлением является «оторванность» фотографий от их подписей, либо отсутствие последних [7]. В борьбе за авторские права на фотографиях размещаются чрезмерно крупные и яркие логотипы газеты, в некоторых случаях занимая до 1/8 снимка, в результате чего искажается смысл изображения, теряется визуальная привлекательность – один из ключевых параметров журналистских фотографий [8].

Оптимизация фотоконтента онлайн-версий региональных СМИ предполагает как общее улучшение качества фотожурналистских материалов, размещаемых в том числе и в печатном варианте, так и

актуализацию через фотографическое содержание внутренних возможностей цифровой среды. Фотография, будучи включенной в виртуальную среду, уходит от идеи статики, двухмерности, пронизывается цифровой интенсивностью. Общие направления совершенствования фотографии в онлайн-версиях печатных периодических изданий следующие: возможность изменения масштаба фото; увеличение общего объема оригинального фотоконтента; сопровождение снимков фактическими данными об изображенных на них людях, месте съемки, авторе фото; поощрение комментирования публикаций (теоретически оно присутствует, на практике возможность комментирования часто отключена); предоставление возможности делиться фотографиями в социальных сетях; использование анимированных изображений; комбинирование фото с различными видами медиа.

Библиографические ссылки

1. Пяткевіч, Т. «Павестка-5» працягне свае крокі / Т. Пяткевіч // Прамень [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.pramen-news.by/?p=25564>. – Дата доступа : 25.01.2019.
2. Баталка, Н. Грэе сэрца зорачка Героя / Н. Баталка // Прамень [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.pramen-news.by/?p=19683> – Дата доступа : 27.01.2019.
3. Кобрынскі веснік [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.vkobrine.by>. – Дата доступа : 28.01.2019.
4. Старавойтова, Ю. Работники соцслужбы Дубровенщины отпраздновали юбилей / Ю. Старавойтова // Дняпроўская праўда [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.dubrovno.by/?p=35623> – Дата доступа : 20.01.2019.
5. Никифоренко, А. 11–12 января прошел международный Рождественский турнир по футболу среди детей 2007 года рождения и младше / А. Никифоренко // Навіны Палесся [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.polese.by/2019/01/11-12-yanvary-na-baze-fsk-akvamarin-i-fok-kommunalnik-proshyol-mezhdunarodnyj-rozhdestvenskij-turnir-po-futbolu-sredi-detej-2007-goda-rozhdeniya-i-mldshe/> – Дата доступа : 20.01.2019.
6. Веренич, А. Поможем найти детям новый дом! / А. Веренич // Пінскі веснік [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://p-v.by/news/society/pomozhem_detyam_nayti_novu_dom/ – Дата доступа : 20.01.2019.
7. Ермошенко, Н. Ясли-сад № 5 г. Несвижа – в числе победителей смотра-конкурса на лучшую иллюминацию / Н. Ермошенко // Нясвіжскія навіны [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.nesvizh-news.by/2019/01/stali-izvestny-pobediteli-konkursa-smotra-na-luchshuyu-illyuminaciyu/> – Дата доступа : 20.01.2019.

8. Шурдукова, А. Окунуться в -30 – легко. Житель Крапивно Василий Зинкович 40 лет купается в ледяной воде / А. Шурдукова // Аршанская газета [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.orshanka.by/?p=47249>
Дата доступа: 20.01.2019.

Марыя Дарашкевіч

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт (г. Мінск, Беларусь)

ПАРАДЫГМАТЫКА І СІНТАГМАТЫКА МОЎНАЙ ЭКСПЛІКАЦЫІ КАНЦЭПТУАЛЬНАГА ПОЛЯ «БЕЛАРУСЬ» У СРОДКАХ МАСАВАЙ КАМУНІКАЦЫІ

Чалавек жыве ў інфармацыйна-эматыўным полі, у нацыянальнай культурнай прасторы. Культура вербалізуецца ў мове, менавіта мова акумулюе ключавыя канцэпты культуры, трансліюючы іх у знакавым увасабленні – словах. Такім чынам, канцэпт – праява менталітэту, спосаб індывідуальнага і групавога ўспрымання і разумення свету.

Канцэпты, на аснове якіх фарміруецца светаўспрыманне носьбіта мовы, уваходзяць у канцэптасферу пэўнай знакавай сістэмы. Структура канцэптасферы складаецца з ядра (кагнітыўна-прапазіцыйная частка цэнтральнага канцэпту), прыядзернай зоны (іншыя лексічныя рэпрэзентацыі цэнтральнага канцэпту, напрыклад, сінонімы) і перыферыі (асацыятыўна-вобразныя рэпрэзентацыі). У рамках даследавання мэтазгодна асаблівую ўвагу надаваць ядру і прыядзернай зоне канцэптасферы, бо там пададзены ўніверсальныя і агульнанацыянальныя веды, а ў перыферыі – толькі індывідуальныя. Цэласнае ўяўленне пра змест канцэпту дае аналіз парадыгматычных і сінтагматычных адносін у структуры пэўнай адзінкі свядомасці. Як адзначае В. М. Самусевіч, «медыйная канцэптасфера сёння, падчас фарміравання інфармацыйнага грамадства, мае вялікі ўплыў на канцэптасферу носьбітаў культуры і здольная не толькі ўплываць на свядомасць чалавека, але і вызначаць моўнаразумовыя паводзіны соцыуму, фарміруючы нацыянальную карціну свету» [3, с. 120]. Таксама прытрымліваючыся думкі пра тое, што медыя – сродак фарміравання разумова-маўленчай дзейнасці грамадства, будзем разглядаць парадыгматыку і сінтагматыку моўнай эксплікацыі канцэптуальнага поля «Беларусь» у сродках масавай камунікацыі (далей – СМК).

Важнейшыя рысы менталітэту народа, што вызначаюць аксіялагічны аспект яго духоўнай і практычнай дзейнасці, знаходзяць адлюстраванне ў ключавых канцэптах культуры. Менавіта яны фарміруюць нацыяналь-