

ГОРОДСКИЕ НОВОСТНЫЕ ИНТЕРНЕТ-ПОРТАЛЫ В РОССИИ: СОВРЕМЕННЫЙ ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Расширяются границы научных исследований в рамках интернет–СМИ. В научной статье охарактеризованы современные городские новостные интернет-порталы с научной позиции. Определен их творческий потенциал на настоящее время. Выявлены и актуальные моменты в этом вопросе.

Ключевые слова: новостной интернет-портал; регион; город; актуальность; универсальность.

В последние десять лет в России наблюдается повсеместная тенденция к увеличению количества информационных порталов в регионах, при этом совершенно разной направленности и, соответственно, содержания. Для таких информационных медиапорталов характерен тип «конвергентной» редакции. Это позволяет журналисту значительно расширить круг реализации творческих возможностей. Это может проявляться в увеличении границ для творчества, креативном подходе к подаче материала.

Московский теоретик Г. В. Вирен обращает внимание на то, что «новые информационные технологии становятся решающими в становлении информационного общества нашего времени. Поэтому исследование каналов распространения информации и сущностных особенностей информационных текстов – это, по сути дела, вклад в определение тенденций дальнейшего развития человечества, в осознание путей, ведущих в будущее» [3, ч. 3-4]. Он также отмечает, что «информагентства считались и считаются одним из главных субъектов медиапроцессов, определяя в значительной мере контент информационных потоков, их тематическую направленность. Именно от информагентств в основном зависит, какой будет «новостная картина» дня в каждой стране и в мире в целом» [3, с. 4]. Согласно нашему мнению, «информационный портал – веб-сайт, организованный как многоуровневое объединение различных ресурсов и сервисов, обновление которых происходит в реальном времени. Они несут основную информационную нагрузку».

В регионах информационные агентства занимают особое место в медиасистеме. Самыми востребованными на сегодня являются местные новостные интернет-порталы. Их можно определить как малую форму информационных агентств. В настоящем они представлены в российской интернет-среде различных городов от мегаполисах до малых, а также в ряде районных центров (селах, поселках, деревнях). Региональные новостные порталы, как и федеральные, обладают высокой оперативностью доставки информации. Их обуславливает многоканальность (через текст, фото, ви-

део, графику, видео, продукты мультимедиа) и универсальность (некую эксклюзивность) подачи информации. Многое зависит от того, какой это город. Можно частично согласиться с классификацией, предложенной Т. А. Акелеловой, которая пишет, что многое зависит от целого ряда характеристик самого города:

- от масштаба (чем крупнее город, тем его культура разнообразней);
- от возраста города и событий, которые в нем происходили;
- от географического положения;
- от экономического статуса (например, культура малых промышленных городов зависит от так называемых градообразующих предприятий, которые служат «спонсором» для развития культурных центров);
- от специализации города: текстильные города, горной промышленности, военные города, города науки, или «наукограды», города-курорты» [2].

Помимо того, она указывает, что «город существенно меняет самого человека, поскольку у него появляются многочисленные потребности, повышенные требования к качеству, уровню и образу жизни. Вследствие многочисленных контактов, динамичности социальных ролей и окружения происходит изменение системы ценностей, норм поведения и даже интеллекта человека» [2].

Тем не менее в каждом регионе к этим вопросам подходят индивидуально. Свое влияние, прежде всего, имеет человеческий фактор. Не всегда местные новости, освещаются профессиональными журналистами, поэтому качество информации падает. Кроме того, во многих новостных порталах изначально финансовые ресурсы ограничены, поэтому они имеют малый состав редакции. Техническое оснащение порой тоже оставляет желать лучшего.

Важно и количество новостных интернет-порталов в отдельном городе. Так, в этом плане интересен Томск. Изначально, обладая медийной аномалией, пришедшей из печатных СМИ, информационное пространство в Томске наполнено различными новостными медиапроектами. К ним относятся информационные порталы «ВТомске» и Tomsk.ru, информационное агентство ТВ-2, интернет-издание «Томский Обзор», информационное агентство НИА Томск. В городах Томской области Северске, Стрежевом, Асино, Колпашево, Кедровом ситуация выглядит по-другому. Если в больших и средних городах существует хотя бы один новостной портал, то в малых городах инфраструктура, как правило, слабо развита и новостные порталы заменяют сайты администрации муниципального образования (как например, в Кедровом).

Что касается информационной насыщенности, то на региональных новостных порталах, по сравнению с федеральными, наблюдается некоторая «ограниченность» в новостях. За рабочий день журналисты областного, краевого центра обычно выдают 15–30 новостей, в выходные дни их количество уменьшается. Но бывают и исключения. Так в информационном

агентстве «Тюльские новости» (newstula.ru) за один день выходит более 50 новостей за счет отслеживания продолжения некоторых событий в течении суток или «частные» случаи, которые интересны очень малому количеству аудитории.

В целом же освещение фактов идет в рамках одного города (районного центра), реже области (края, республики), и очень редко события в других регионах (если они не представляют всероссийского масштаба, как, например, страшная трагедия «Пожар в торгово-развлекательном центре “Зимняя вишня”» (г. Кемерово) 25–26 марта 2018 года.

Несмотря на рабочие и технические моменты, многое зависит и от внешних факторов развития новостного портала. И, прежде всего, от наполнения местной информации. Информационная политика современных региональных интернет–СМИ, включая информационные агентства (порталы), раскрывает потенциал развития регионов, в какой-то мере позволяет влиять на:

- формирование социума населенного пункта (мегаполис; областной, краевой город, средние, малые города, районные центры, поселки, деревни и т. д.). В основном, это работает в больших и средних городах, нежели в малых городах, поселках и деревнях;
- создание в основном позитивного облика не только областного (краевого) центра, но и региона, хотя и негатив также может здесь присутствовать;
- идентификацию «лидеров», «уникумов» и «знаменитостей» разного уровня среди жителей города;
- привитие гордости за «малую Родину»;
- раскрытие «секрета» менталитета жителей региона.

Городские новостные порталы сегодня включаются во все сферы общественной жизни, отличаясь широкой и универсальной тематикой Основными темами обычно являются местная политика, экономика, бизнес, промышленность, социальная жизнь, транспорт, культура, физическая культура и спорт, здравоохранение, образование и т. д.

Что касается деятельности журналиста на таком портале, то она специалистами рассматривается двояко. Поэтому поводу теоретик О. В. Копылов пишет: «Базовое ядро профессии журналиста по-прежнему составляют константные функции. К ним относятся социальная ориентированность, развитое мировоззрение, талант, природная предрасположенность к журналистской деятельности, опора на навыки, знания. При этом в функциональной модели деятельности журналиста появились динамические переменные, среди которых: владение минимумом технических навыков для сбора и фиксации информации, способность выполнять разные роли и разные виды работ одновременно, обладание более отточенными навыками написания коротких заметок и броских заголовков, управление сообществами, продвижение контента и т. д.» [4, с. 4].

Творческий потенциал регионального новостного портала может просматриваться в разных аспектах творческой деятельности: функциях, менеджменте, кадровом составе, творческом наполнении реализуемых в форме, методах и содержании работы. Работа местного журналиста на новостном портале во многом схожа с работой журналиста в печатных СМИ и полностью схожа с работой журналиста в информационном агентстве. Несмотря на то, что порталы обладают высокой оперативностью доставки информации, их обуславливает многоканальность и универсальность подачи информации, но возможности изначально ограничены финансовыми ресурсами, кадровыми ресурсами (малый состав редакции), техническим оснащением, поэтому они часто освещают события только в рамках города и области.

Один из главных принципов корреспондентов, работающих на новостных порталах это точность. Она подразумевает точную запись цитат и их передачу, точную постановку информации в нужный контекст. Чаще всего проблема неточности возникает из-за некомпетентности журналиста в освещаемой им теме. Такого быть не должно, потому как это сразу станет заметно читателю (пользователю) и «ударит» по репутации не только самого корреспондента, но и по репутации всего портала. Ускоренный режим работы также не может быть оправданием опечаток в заголовках, лидах, текстах, бэкграундах и так далее. Особенно внимательно стоит относиться к написанию должностей и имен выступающих. Перед выпуском материала журналист должен перепроверить дни недели, цифры, должности, имена и так далее. Если в тексте есть малознакомое географическое название, то перепроверить его написание, чтобы избежать фактической ошибки. Лучше «отстать» от конкурентов на несколько минут, чем выпустить некачественный материал с ошибками и опечатками. Это разрушит репутацию портала особенно в том случае, если читатели (пользователи) следят за выпускаемой историей.

При этом надо учитывать и интересы аудитории. По этому поводу Г. П. Абрамян замечает: «Сегодня все более острой становится проблема выживания и воспроизводства в городской среде человека, здорового физически, психически и нравственно. Люди, живущие в городе, имеют широкий спектр возможностей для самореализации личности – это положительная сторона жизни в городе, но существуют и отрицательные явления, например, ощущение неопределенности, порожденное изменением системы знаний, ценностей, норм, образов» [1]. Поэтому читателю (пользователю) интересно все, что касается интернет-новостей: и хорошее, и плохое. Особенно если это малоизвестное событие в федеральном масштабе, но важное для города.

Делая вывод, можно отметить, что изучение новостного портала до сих пор является актуальной и важной темой. Его задачи и проблемы имеют

существенное и практическое значение. Хотя в их решении задействованы представители многих сфер деятельности, однако именно городские новостные порталы способны первыми донести их до общественности и в какой-то мере решить их.

Библиографические ссылки

1. Абрамян, Г. П. Современная городская среда как фактор влияния на социокультурную ситуацию // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kvkz.ru/stati/2579-sovremennaya-gorodskaya-sreda-kak-faktor-vliyaniya-na-sociokulturnuyu-situaciyu.html>. – Дата доступа: 10.12.2018.
2. Акалелова, Т. А. Антропологические характеристики урбанистической культуры. Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – Тамбов, 2014. – № 6 (44). – С. 13–15.
3. Вирен, Г. В. Принципы создания новостных текстов в российских информационных агентствах: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2011. – 20 с.
4. Копылов, О. В. Особенности творческой деятельности журналиста в условиях медиаконвергенции: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10. – Екатеринбург, 2013. – 19 с.

Ирина Волкова

*Российский университет дружбы народов
(г. Москва, Россия)*

ВИРТУАЛЬНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ И ИГРОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ: ОПЫТ МУЗЕЕВ И ИГРОВОЙ ИНДУСТРИИ

Видеоигры и музейные проекты рассмотрены как новый этап развития медиакommunikаций с использованием виртуального пространства.

Ключевые слова: креативное пространство музеев; игровая индустрия; виртуальность; интерактивные СМК-проекты.

В последующие пять лет, согласно прогнозу PwC «Global Entertainment&Media Outlook 2018–2022», лидером роста по нескольким показателям станет сегмент виртуальной реальности (VR): к 2022 году – 40 % [3]. Процесс развития медиaprостранства движется в направлении обустройства и форматирования VR. При этом медиаспециалисты-практики (журналисты, в том числе) обращаются к важнейшим формообразующим элементам коммуникаций в виртуальном мире – сторителлингу и трансмедийному повествованию. Иными словами, динамически развивается иммерсивность (когнитивное погружение в первичную медиареальность). Сначала иммерсивность, преодолев тексторечевую линейность, привела к мультимедийности – визуализации нарратива. Затем произошел «медиаальный