тимедийных форм, чтобы готовить профессионалов, способных подавать информацию в привлекательных для аудитории видах.

С этой целью в рамках дисциплин, имеющих отношение к новостной журналистике и новым медиа, проводятся дистанционные занятия по освоению студентами навыков мультимедийных историй на бесплатных сервисах Timeline JS, TikiToki, Timetoast.com для создания таймлайнов, Infogram и Piktochart для инфографики, Google Maps, «Яндекс Карты» для интерактивных карт и др. Выбор тем обычно предоставляется самим студентам.

Примерами успешного применения этих сервисов могут служить таймлайны «Президенты США. История убийств и покушений» (https://www.timetoast.com/timelines/1666475), «Международный день белой трости» (https://www.tiki-toki.com/timeline/entry/923625/-/), интерактивные карты «География участников конкурса «Универвидение» (https://www.google.com/maps/d/u/0/viewer?mid=1_c3Wqj8nilE8M3u1L9ADFkhmTRRaWyNw&ll=48.260276214792015%2C62.56462305000002&z=2) и «Музеи Сыктывкара» (https://www.google.com/maps/d/u/0/viewer?mid=1erSSJjKKbOGg11dZuc-mc-yK9e7v5yIa_&ll=61.6803297808385%2C50.829443399999946&z=13), интерактивные иллюстрации «Афганская Мона Лиза» (https://www.thinglink.com/scene/1001591501408436226), «Поцелуй, ставший легендой» (https://www.thinglink.com/scene/999344845937967106/scene/999344845937967106) и другие.

В итоге после выпуска из университета студентов этого поколения можно прогнозировать изменение количественных и качественных показателей медиапотребления в регионе – увеличение числа мультимедийных форматов в СМИ республики и уменьшение отставания от центральных сайтов. Реальные показатели изменений в численности мультимедиа в региональном секторе Интернета, степень интереса к ним аудитории должны стать предметом дальнейшего мониторинга и исследования со стороны членов кафедры журналистики.

Ольга Касперович-Рынкевич

Белорусский государственный университет (г. Минск, Беларусь)

ИЗУЧЕНИЕ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ФОРМАТОВ ЖУРНАЛИСТИКИ В ПРОЦЕССЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ БУДУЩИХ ЖУРНАЛИСТОВ

Исследуется, с какими мультимедийными форматами умеют работать студенты факультета журналистики и знакома ли им режиссура мультимедийных историй. На основе опроса 78 студентов делаются выводы об уровне знаний студентов по изучаемому вопросу.

Ключевые слова: инфографика; мультимедийная история; мультимедийный формат; подкаст; таймлайн.

В сфере массмедиа «исследователи и практики уже достаточно давно говорят о кризисе традиционных СМИ и необходимости поиска новых форм и методов работы в сфере массовой коммуникации» [2, с. 409], а «технологические изменения ставят вопросы о необходимости поиска новых инструментов создания журналистских текстов в цифровой среде» [1, с. 141]. На современном этапе мы наблюдаем активное развитие цифровой журналистики, которая требует от создателей медиаконтента мультимедийного мышления: умения делить информацию на блоки и «упаковывать» каждый из них в наиболее подходящий для наилучшего восприятия мультимедийный формат. Российский мультимедийный продюсер и медиатренер О. Силантьева [4] насчитывает 92 мультимедийных формата, среди них можно выделить несколько форматов, которые журналисты могут освоить самостоятельно, не привлекая к созданию такого рода контента программистов и дизайнеров. К таким форматам, например, относятся временная шкала (таймлайн), тест, викторина, слайдер было / стало, интеллект-карта или ментальная карта.

В декабре 2018 г. нами было проведено разведывательное исследование, цель которого состояла в том, чтобы узнать, с какими мультимедийными форматами умеют работать студенты факультета журналистики БГУ. В исследовании участвовали 78 студентов факультета, представляющие все курсы и специальности. Основной метод исследования – письменный опрос.

Респондентам было предложено оценить уровень владения 16 мультимедийными форматами: тест, облако слов, слайдер было / стало, интерактивное фото, инфографика, интерактивная инфографика, фото и видео 360 °, виртуальный тур, временная шкала, ментальная карта, аудиослайдшоу, подкаст, интерактивное видео, аудиофрагмент в тексте, интерактивная карта, микроформаты (цитаты, цифры, факт). Относительно каждого формата необходимо было выбрать один или несколько вариантов ответов из предложенного списка: «не знаю», «слышал о таком», «знаю, что это такое», «умею создавать».

Опрос показал, что самыми известными мультимедийными форматами у студентов являются: подкаст – 52 упоминания; виртуальный тур, фото и видео 360 °, аудиофрагмент в тексте – 48 упоминаний; интерактивное видео – 46 упоминаний. Умеют создавать тесты 55 опрошенных студентов, инфографику – 40 студентов, еще 40 студентов умеют делать интерактивную инфографику, 38 – микроформаты (цитаты, цифры, факт), 28 – аудиослайдшоу, 24 – ментальные карты, 22 – временные шкалы.

Такой довольно простой в создании мультимедийный формат, как облако слов или облако тегов, оказался самым неизвестным для участников опроса: 33 человека ответили, что не знают такого формата, умеют создавать облака слов – 17 студентов. Среди самых малоизвестных мультимедийных форматов у студентов встречаются также аудиослайдшоу (20 упоминаний), слайдер было / стало (17 упоминаний). Форматами, о которых студенты больше знают, чем умеют создавать, стали облако слов, слайдер было / стало, интерактивное фото, фото и видео 360 °, виртуальные тур (указали всего 3 человека), временная шкала, ментальная карта, подкаст, интерактивное видео, аудиофрагмент в тексте, интерактивная карта.

По данным опроса, в своих журналистских материалах мультимедийные форматы используют 44,9 % респондентов, 19,2 % – не используют, оставшиеся 35,9 % респондентов ответили, что не сотрудничают со СМИ.

Данные о том, создание каких мультимедийных форматов хотят освоить студенты факультета журналистики, приведены на рис. 1–7.

Рис. 1 – Аудиовизуальная журналистика

Рис. 2 – Веб-журналистика

Рис. 3 – Журналистика международная

Рис. 4 – Информация и коммуникация

Рис. 5 – Литературная работа

Рис. 6 – Менеджмент СМИ

Рис. 7 – Печатные СМИ

Умение мыслить мультимедийно необходимо при создании мультимедийных историй, первооткрывателем которых стал легендарный лонгрид «Снегопад». Появился в «The New York Times» в конце 2012 г. и рассказывал о том, как группа американских горнолыжников отправилась в поход в Каскадные горы (США). Показалась свидетелем схода лавины. Такой популярный во многих СМИ формат увлекает читателей и оставляет их на странице издания до 15–20 минут. По данным нашего исследования по выявлению предпочтений молодого поколения среди традиционных СМИ и новых медиа, полностью читаются статьи, написанные как интересная история. Также на полноту прочтения статей влияет наличие фото и коротких видео продолжительностью до 1 мин. [3, с. 417]. Все эти форматы, как правило, являются неотъемлемыми элементами мультимедийных лонгридов.

Что касается обучения режиссуре мультимедийных историй на факультете журналистики БГУ, то всего 14,1 % опрошенных нами респондентов считают, что студентов учат создавать мультимедийные истории (проекты). Такие ответы в основном были получены от студентов 2–4 курсов специальностей менеджмент СМИ, веб-журналистика, аудиовизуальная журналистика, информация и коммуникация. Почти все опрошенные, 91 %

студентов всех специальностей, хотят, чтобы их учили создавать мультимедийные истории.

Таким образом, проведенное нами исследование иллюстрирует общую осведомленность студентов факультета журналистики в современных мультимедийных форматах независимо от специальности и желание обучаться созданию увлекающего медиаконтента. Считаем, что изложенные в данной статье студенческие запросы необходимо учитывать при разработке учебных программ на факультете журналистики БГУ.

Библиографические ссылки

1. Градюшко, А. А. Современный медиарынок Республики Беларусь: новые принципы распространения цифрового контента / А. А. Градюшко // Десятые международные научные чтения в Москве «СМИ и массовые коммуникации 2018». Цифровые трансформации СМИ: региональный, национальный и глобальный аспекты. Тезисы. 25–26 октября 2018 г., Москва. – М.: Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2018. – С. 141–142.
2. Дроздов, Д. Управление медиапрограммами в контексте современного менеджмента проектов / Д. Дроздов // Журналістыка-2018 : стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 20-й Міжнар. навук.-практ. канф., 15–16 ліст. 2018 г. / рэдкал.: В. М. Самусевіч (адк. рэд.) [і інш.]. – Мінск : БДУ, 2018. – С. 407–409.
3. Касперович-Рынкевич, О. Медиапотребление представителей поколения Z – студентов журфака БГУ / О. Касперович-Рынкевич // Журналістыка-2018: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 20-й Міжнар. навук.-практ. канф., 15–16 ліст. 2018 г. / рэдкал.: В. М. Самусевіч (адк. рэд.) [і інш.]. – Мінск: БДУ, 2018. – С. 415–419.
4. Силантьева, О. 92 мультимедийных формата / О. Силантьева // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ridero.ru/books/92_multimediinykh_formata/. – Дата доступа: 07.12.2018.

Раиса Мелешевич

Белорусский государственный университет (г. Минск, Беларусь)

МЕДИАКОНВЕРГЕНЦИЯ И ОБРАЗОВАНИЕ: ЭПОХА ПЕРЕМЕН

Исследуются актуальные вопросы подготовки журналистских кадров к работе в условиях медиаконвергенции.

Ключевые слова: медиаконвергенция; профессиональная компетентность журналиста; подготовка журналистских кадров.

Вопрос подготовки журналистских кадров много лет обсуждался и обсуждается как в научных, так и профессиональных кругах работников ме-