

## МОЖО В РАБОТЕ СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА

А. А. Гукиш

*Белорусский государственный университет, г. Минск;*

*agukish@gmail.com;*

*науч. рук. – А. Ю. Кузьминова, канд. филол. наук, доц.*

Данная статья посвящена развитию *mojo* (мобильной журналистики). Рассматриваются особенности использования мобильных устройств, приложений и сервисов в качестве средств создания аудиовизуального контента для СМИ на примере работы современного телевидения.

**Ключевые слова:** мобильная журналистика; *mojo*; мобильный контент; мобильные технологии.

Процесс глобализации и стремительное развитие технологий актуализировали потребность общества в оперативном обмене медиаконтентом. Важнейшим требованием к современному информационному продукту становится его адаптивность, в первую очередь – к экранам портативных устройств. Создание подобных материалов должного качества наиболее успешно осуществляется в контексте нового направления творческой деятельности СМИ – мобильной журналистики.

Мобильная журналистика, или *mojo* (сокращение от *mobile journalism*) трактуется исследователями как создание аудиовизуального контента с помощью мобильных устройств [1]. Актуальность данного явления возросла с момента увеличения числа пользователей смартфонов, в том числе среди сотрудников медиаконаний. Анализ данных потребителей информации в Беларуси в рамках международного исследования *Connected Consumer Survey* («Особенности поведения интернет-пользователей»), проведенного по заказу корпорации Google, показал, что 59 % белорусов являются пользователями смартфонов, при этом среди молодежи до 35 лет этот показатель еще выше – 89 %, до 25 лет – 93 % [2].

17 февраля 2004 года «The New York Times» впервые опубликовала на первой странице фотографию, сделанную при помощи камеры мобильного телефона. На снимке официальное подписание документов о сотрудничестве двух известных телефонных компаний. Это событие, как утверждает исследователь медиа Стивен Куинн, считается началом использования мобильного телефона в качестве средства для сбора новостей [1]. Спустя пять с половиной лет журналистка телекомпании КОВ-TV Джереми Жожола рассказала в режиме реального времени о ситуации в Альбукерке, Нью-Мексика. Вместо телевизионного оборудования

Джереми использовала Iphone и технологии Qik (сервис обмена видеосообщениями от разработчиков Skype) [1].

Более активно мобильная журналистика начала развиваться в 2010 г, когда мобильные устройства вышли на новый уровень по своим техническим возможностям. В 2015 году в Дублине прошла первая международная конференция, посвященная теме мобильной журналистики [3]. Сегодня ежегодно проводится Mojofest. В течение 5 дней участники со всего мира изучают особенности мобильной видеосъемки. Наличие таких масштабных мероприятий свидетельствует о популярности mojo, его востребованности у современных журналистов.

Работа в рамках мобильной журналистики не ограничивается использованием смартфона. Выделяют 3 разновидности данной деятельности в зависимости от средств для создания мобильного контента.

1. Smartphone journalism (смартфон-журналистика) – создание контента преимущественно посредством «умного» телефона.

2. Drone journalism (дрон-журналистика) – использование дрона (беспилотного летательного аппарата). В. Ф. Познин сформулировал определение термина дрон в журналистике следующим образом: «Дрон – летательный аппарат с дистанционным управлением для проведения видео- и фотосъемок, который способен заменить съемку с кранов и вертолетов» [4]. Кадры с БПЛА в журналистской практике используются для придания материалам динамики, показа масштабности того или иного события, а также показа явления или события с нового ракурса.

3. Wearable journalism (дословно: «надеваемая», «носимая» журналистика). Используются аксессуары, которые удобно носить на теле, обладающие функциями видеозаписи и / или фотосъемки, а также связью с глобальной сетью и другими устройствами. К подобным устройствам относятся экшн-камеры, позволяющие осуществлять видеосъемку в экстремальных условиях, устройства наподобие Google Glass (очки, оснащенные камерой, способной записывать видео высокого качества), нагрудные камеры типа Narrative Clip (камера крепится к одежде и делает автоматические снимки с временным промежутком в 1 минуту, все кадры геотегируются). Одним из проявлений wearable journalism можно назвать «рюкзачную журналистику», подразумевающую комплект портативной техники для трансляций, которая уместается в рюкзаке. Как правило, кадры с носимых устройств чаще всего используются в материалах спортивной или экстремальной тематики.

Также работа мобильного журналиста может подразумевать взаимодействие со специализированными мобильными приложениями и облачными сервисами на всех этапах создания контента. Так, в распоряжении автора материалов приложения для редактирования текста, редакци-

рования видео и аудио, оперативной передачи материалов в редакцию и др.

Среди преимуществ мобильной журналистики – экономия средств на покупку крупногабаритного оборудования, быстрая публикация новостей, возможность работать удаленно, удобство перемещения инструментов съемки, а также возможность создавать более личные истории. К недостаткам то́жо следует отнести технические особенности видеоматериала (не все материалы то́жо могут быть адаптированы под экран телевизора), возможное сокращение штата редакции (из-за того что работу целой команды может осуществить один журналист), качество визуальной и звуковой составляющих при работе с пользовательским контентом.

Внедрение технологий то́жо в работу редакций – сложный и длительный процесс, это связано с тем, что в СМИ работают разновозрастные журналисты. Не все готовы быстро включиться в использование новых технологий. Так, неоднозначное впечатление произвела первоначально то́жо на редакцию ВВС. Видеожурналист Ду́гл Шоу использовал в своей практике смартфон и столкнулся со скептическим отношением редакторов к его работе. Сегодня то́жо является неотъемлемой частью работы ВВС. Компания вкладывает деньги в развитие журналистов навыков, необходимых для создания мобильного контента. В начале ноября 2019 г. на официальном сайте ВВС был опубликован материал «Canal Boat Diaries producer on the challenges of filming with an iPhone», в котором продюсер Стюарт Вудман рассказал о причинах создания 5-серийного документального проекта с использованием Iphone X [5]. В Швейцарии методы мобильной журналистики охотно применяет телекомпания Lemn Bleu. Сейчас материалы то́жо составляют 80 процентов контента телекомпании [6].

Вещание белорусских телеканалов также включает в себя элементы то́жо. Часто журналисты делают минимальные вставки мобильного контента в свои сюжеты. В качестве примера можно назвать материалы Кристины Федорович «Новости 24 часа» (СТВ), Надежды Сербиненко «Главный эфир» («Беларусь 1»), «Панорама» («Беларусь 1»). Сюжеты, созданные только мобильными устройствами, главным образом, встречаются среди программ развлекательного характера (например, проект «ПИН-КОД» («Беларусь 2»)). Кадры с БПЛА используются для обозрения крупных мероприятий (например, спортивные матчи, транслируемые на телеканале «Беларусь 5»). Также мобильные устройства применяются для создания интернет-проектов телеканалов («Сердце Лотоса», ОНТ), продвижения аккаунтов телепроектов в социальных сетях (инстаграм-аккаунт @xfactorbelarus). В целом можно сказать, что мобильная

журналистика – актуальная стратегия работы, явление, которое в белорусском телепроизводстве только начинает развиваться.

Таким образом, как и любое технологическое явление, moJo имеет преимущества и недостатки, однако освоение данной технологии благотворно отражается на количественном составе аудитории, что является первостепенно важным для нынешних СМИ.

#### Библиографические ссылки

1. *Quinn S. MoJo – Mobile Journalism in the Asian Region* [Electronic resource]. URL: [https://azargh.farhang.gov.ir/ershad\\_content/Media/image/2012/02/175366\\_orig.pdf](https://azargh.farhang.gov.ir/ershad_content/Media/image/2012/02/175366_orig.pdf) (date of access: 04.12.2019).
2. *Дроздов А. Белорусы в сети (исследование Google, 2016) // Старонка* [Электронный ресурс]. 2016. URL: <https://staronka.by/blog/connected-consumer-survey-2016-belarus>. (дата обращения: 04.04.2020).
3. *Burum I., Quinn S. Mojo: The Mobile Journalism Handbook. How to Make Broadcast Videos with an iPhone or iPad / Burlington : Focal Press, 2016. 302 p.*
4. *Познин В. Ф. Техника и технология СМИ. Радио- и тележурналистика: учебник и практикум для академического бакалавриата. М. : Юрайт, 2017. С. 103.*
5. *Horrocks S. iPhone Filmmaker Lands His Own BBC Series // Mobile motion* [Electronic resource]. URL: <https://momofilmfest.com/iphone-filmmaker-bbc-series/>. (date of access: 11.04.2020).
6. *Goujard C. Profiles in mobile journalism: Bringing #mojo into the newsroom / International Journalist Network* [Electronic resource]. URL: <https://ijnet.org/en/story/profiles-mobile-journalism-bringing-mojo-newsroom> (date of access: 05.03.2020).