



Приемы организации медiateкста в цифровой журналистике

ГРАДЮШКО А.А.

Белорусский государственный университет
Минск (Беларусь)

- Аннотация.** В статье рассматриваются новые творческие приемы, направленные на удержание внимание аудитории и увеличение ее вовлеченности в цифровой среде. Утверждается, что их использование в современной журналистике будет способствовать конвергенции культурных кодов и более эффективному диалогу культур в медиапространстве.
- Ключевые слова:** цифровая журналистика, медiateкст, языковые средства, визуализация, медиапространство, эффективность.

ПРОЦЕСС цифровизации кардинально изменил современное медиапространство. Новые направления в исследовании медiateкста обусловлены влиянием технологических факторов на журналистику. Цель работы заключается в выявлении факторов эффективности, оказывающих влияние на вовлеченность аудитории.

Были отобраны 10 сайтов ведущих белорусских новостных интернет-ресурсов. Среди них сайты цифровых изданий Tut.by, Onliner.by, Nn.by, Sputnik.by, аудиовизуальных СМИ Tvr.by, Ont.by, Ctv.by и газет Sb.by, Kp.by, Zviazda.by. При помощи методов сплошной выборки и лингвистического наблюдения был выявлен ряд новых творческих приемов. Перечислим некоторые из них.

- 1) **Визуальные элементы.** Очевидно, что в цифровой среде необходимо сопровож-

дать медиатексты авторскими фотографиями, видеороликами с YouTube, инфографикой и др. Также уместны фотографии «было/стало», фотослайдеры, вставки фото из Instagram и др. Наступившая цифровая эпоха способствует тому, что журналистам необходимо ориентироваться на интересы «аудитории, «потребляющей» преимущественно изображения в веб-пространстве» [1].

- 2) Чередование текста и фото. В цифровой мультимедийной среде нет ничего хуже, чем большие фрагменты сплошного текста. Исследование показало, что каждые 2–3 абзаца текста надо разбивать визуальными элементами. Это особенно актуально в связи с развитием мобильной интернет-журналистики. Самым показательным в этом контексте является портал Onliner.by.
- 3) Структурирование материала. В контексте трансформаций современных медиа приветствуется деление текста на фрагменты. Объемный материал разбивается на смысловые блоки, а каждый блок выделяется подзаголовком. Важные блоки текста и цитаты, акцентирующие главную мысль, выделяются полужирным шрифтом, курсивом или выносятся отдельно. Это делает чтение текста не столь монотонным. Наибольший интерес в этом плане вызывают тексты, размещенные на сайте Sputnik.by. Для акцентирования внимания во многих материалах используются цитаты, подзаголовки, выноски, вставки из соцсетей и др.
- 4) Особое строение абзацев. В цифровой среде оптимальная длина абзаца обычно не пре-



вышает 5–7 строк. Абзац, в котором около 10 строк, представляет собой массив текста. Обратим внимание также на воздух между абзацами. Глаз фокусируется на тексте, который обрамлен пустотой. Если в абзаце 3–4 предложения, он воспринимается гораздо лучше. Новые творческие приемы верстки медиатекста выявлены нами на сайтах Tut.by, Onliner.by, Sputnik.by, Ont.by, Kp.by.

- 5) Размер шрифта. В цифровое время важно следить за тем, чтобы текст легко читался как с экрана компьютера, так и с дисплея смартфона. Если это не так, редакции иногда достаточно просто увеличить размер шрифта текстов на сайте. Все остальные элементы оформления материала (фотографии, видео, инфографика) также должны одинаково легко восприниматься как на большом, так и на маленьком экране.

Среди изученных нами сайтов самый маленький размер шрифта на интернет-ресурсе Zviazda.by. Такой текст сложно читать на экране смартфона. Жесткие рамки дигитального экрана приводят к тому, что тексты становятся «сжатыми, лаконичными, немногословными» [2, с. 53]. Самый большой размер шрифта зафиксирован нами на сайте Sputnik.by.

- 6) Интерактивные элементы. Цифровые технологии «усовершенствовали электронный способ выражения эмоций, а также превратили пользователя в полноправного участника информационной повестки дня» [3, с. 692]. Это подталкивает интернет-СМИ к поиску новых способов взаимодействия с аудиторией. Раньше это функцию выполняли комментарии, однако среди изученных нами сами сайты они остались только на Tut.

by и Onliner.by. Возможность комментирования есть и на сайте Kp.by, однако читатели практически ей не пользуются. Материалы трех указанных сайтов можно оценить с помощью специальных кнопок-стикеров.

Резюмируя вышесказанное, следует отметить, что в современной технологической среде цифровые медиа находят новые формы организации медиатекста, актуальные форматы взаимодействия с аудиторией. Становится все более очевидным тот факт, что один и тот же материал необходимо модифицировать под каждый канал, в котором он будет размещен. Это будет способствовать конвергенции культурных кодов и более эффективно диалогу культур в медиaprостранстве.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Горбачев А. М. Инфографика как креолизованный PR-текст в коммуникации бизнес-организаций (на примере ПАО «Газпром») / А.М. Горбачев // Современные проблемы науки и образования. — 2015. — № 2; URL: www.science-education.ru/122-21258 (дата обращения: 15.04.2021).
2. Клушина Н. И. О дигитализации языка / Н. И. Клушина // Русская речь. — 2018. — № 6. — С. 52–56.
3. Осиповская Е. А. Инновационные техники вовлечения аудитории СМИ: зарубежный опыт / Е. А. Осиповская // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. — 2017. — Т. 22. — № 4. — С. 687–695.