

УДК 19.31

Д.С. Туник¹, Л.Ю. Мирзоева^{2*}¹Факультет журналистики, Казахский национальный университет имени аль-Фараби²Университет имени Сулеймана Демиреля, Республика Казахстан, г. Алматы

E-mail: mirzoeva@list.ru

Изучение новых медиа: принципы анализа и перспективы

В статье затрагиваются вопросы изучения структурно-функциональных особенностей новых медиа. Актуальность рассматриваемой проблемы базируется на том, что подготовка специалистов в сфере журналистики должна отвечать вызовам XXI века, что предполагает обращение к новым медиа. Авторами предложены принципы анализа специфичного вида новых медиа, каким являются новостные сайты, с позиций формы и контента, а также дана характеристика соответствующей учебной дисциплины и подчеркнута ее важность в системе подготовки журналистов.

Ключевые слова: новые медиа, язык представления информации, мультимедийные возможности, обратная связь, контент сайта, внешняя структура сайта

D.S. Tounik, L.Y. Mirzoeva

Studying New Media: Analysis Principles and Prospects

The article addresses the issues of structural and functional features of the New Media study. Subject «New Media» is presented here as a discipline promotes development of Internet competence among students majoring in journalism, contributing to the development of analytical skills. Discipline considers Internet news resources from different points of view, allows identifying the strengths and weaknesses of the various information portals. Analysis model might be used to improve existing sites and considered when creating new ones. Studying New Media can play a significant role in the professional orientation of future journalists. The innovative character of the subject allows us to train mobile specialists in the field of mass media that meet the requirements of the XXI century.

Keywords: new media, language of presented information, multimedia capabilities, feedback, site content, the outer structure of a site.

Д.С. Туник, Л.Ю. Мирзоева

Жаңа медиаларды үйрену талдаудың принциптері мен жетістіктері

Мақалада жаңа медияның функционалды құрылысты ерекшеліктерін оқып –үйренуге байланысты мәселелер қозғалады. Авторлар аталған пәнді журналистика мамандығындағы студенттердің интернет – сауаттылығын жетілдіруге, шығармашылық қабілеттерін арттыруға мүмкіндік беретін пән ретінде ұсынады. Қазіргі сайттарды дамыту жолдарына және жаңа қорларды құру барысындағы ерекшеліктеріне тоқталады. Курстың « журналистика» мамандығының оқу бағдарламасына қосылуы көбіне «web-дизайн» саласында сабақтас икемділік пен дағды қалыптастыру маңызы мен аспектілердің бір-бірімен байланысын қарастырады. Жаңа медиаларды үйренудің жаңашыл сипаты масс – медиа саласындағы мамандарды даярлаудағы ұтымды жақтарын сараптайды.

Түйін сөздер: Жаңа медиа,ақпарат беру тілі, мультимедиялық мүмкіндіктер, кері байланыс, сайттың сыртқы құрылымы

Introduction

В современных исследованиях медиа-сферы дается следующее определение масс-медиа: «это обширное понятие, которое включает в себя всю совокупность технологических средств и приемов, служащих для передачи конкретному потребителю информационного сообщения в том или ином виде (печатное слово, музыкальная композиция, радиопередача и т.п.)» [1]. *New media – это новый уровень массовых коммуникаций, ключевой особенностью которых является коллективное редактирование медиареальности, обеспеченное научно-техническим прогрессом* [2]. Если же речь идет о медиа инновационного характера, то акцент ставится на следующих признаках:

- формализованное (математическое) представление объекта;
- использование модульного принципа построения объектов, возможность «комбинировать и получать еще более масштабные объекты, причем составные части не утратят своей независимости»;
- автоматизированный характер операций;
- возможность изменения объекта, который «может существовать в бесконечном количестве версий. В случае со старыми медиа композиция объекта навсегда зафиксирована»;
- возможность «перекодирования» (transcoding), т.е. перевода медиаобъекта из одного формата в другой, а также перевода «физических культурных объектов в формат медиаобъектов, которые обладают двойкой природой» [3].

Main Body

Отмеченные выше особенности новых медиа обуславливают необходимость и актуальность посвященной им специальной дисциплины для будущих журналистов. В настоящее время курс «Новые медиа» изучается в рамках специальности «Журналистика» как дисциплина общекультурного блока. Цель дисциплины – подготовка квалифицированного специалиста, имеющего представление о роли и месте новых электронных средств массовой информации, в частности – Internet, применении Internet-технологий в современной жизни. В рамках курса студенты рассматривают вопросы, связанные с пониманием глобальной компьютерной сети Internet как нового средства массовой информации и учеб-

ного информационного взаимодействия, общих принципов организации и функционирования Internet. Особо следует отметить необходимость адаптации специалистов медиасферы к специфике информационного обмена в новых медиа, выявленной философами: «соответствие динамики внутренней реальности индивида скоростям информационных потоков становится важнейшим фактором включенности сознаний субъектов коммуникации в эти процессы. Поэтому новая медийная темпорология означает собой не просто ускорение информационного обмена, а обретение нового онтологического статуса коммуникативными технологиями, что коррелирует не только с трансформациями структуры социального информационного пространства, но и с глубинными, в том числе и антропологическими изменениями внутри познающей личности» [4, с. 6].

В связи с вышесказанным, было определено содержание программы, которое включает в себя:

- формирование СМИ в сети Internet;
- теоретические основы использования информационных и коммуникационных технологий в деятельности журналиста;
- основы поиска, сбора и работы с информацией разных форматов;
- аппаратные и программные средства функционирования Internet;
- Internet-технологии и их применение во всех сферах жизни человека, в том числе в обучении и организации досуга

Курс «Новые медиа» органично встроен в систему подготовки специалистов в сфере журналистики и, несомненно, имеет инновационный характер, так как сосредоточен на анализе контента сайтов сети Интернет.

Основные параметры анализа:

1. usability, т.е. удобство сайта для потенциальной аудитории, простота в использовании и получении необходимой информации (в качестве одного из сайтов, где этот параметр выступает как один из важнейших и хорошо разработанных, укажем Euronews.com). В этом аспекте особенно важен анализ каталогизатора сайта (т.е. структурирование типов представленной на нем информации);
2. язык представления информации (мировой язык/ язык межнационального общения / национальный язык). Этот параметр имеет особое значение, так как он дает представление

А) о целевой аудитории

Б) о посещаемости сайта

В) о политике редакции сайта (в том числе и в сфере формирования целевой аудитории).

Поэтому остановимся на нем более подробно. Так, например, в последнее время наблюдается активизация казахоязычных сайтов в киберпространстве; при этом зачастую в них подается привлекательная, яркая, и, как правило, позитивная информация, которая выкладывается на первую полосу. Безусловно, это является беспроблемным способом привлечения внимания реципиента и позволяет говорить о поднятии интереса к сайтам на государственном языке.

С другой стороны, сайт Euronews.com представлен в сети Internet на семи языках, что, безусловно, расширяет доступ к информации потенциальным ее потребителям. Данный параметр напрямую связан с предыдущим (usability), так как адекватное воссоздание информации на языке-рецепторе также обуславливает удобство использования данного специфического масс-медиа. Если на вышеуказанном сайте Euronews.com при выборе языка (Language bar расположен вверху на сайте и сразу заметен даже не очень опытному пользователю) реципиент получает информацию в рамках пространства того же сайта, то иная ситуация наблюдается, например, на сайте RBC.ru, который также является достаточно посещаемым и популярным источником новостной информации, но прежде всего важен как консалтинговый сайт: при переключении языка реципиент будет автоматически переадресован на новый сайт – по сути дела, параллельный ресурс на английском языке с иным доменным именем. Параллельный новостной вариант на английском языке, к сожалению, адекватного представления не нашел.

одним из важнейших параметров, в соответствии с которым может быть оценен сайт, являются его мультимедийные возможности. Так, в процессе анализа сайтов нами была предложена следующая схема оценки продуктивности его работы и доступности представляемого контента:

- Наличие/отсутствие возможности просмотра видео;

- Наличие/отсутствие возможности прослушивания аудиоматериалов;

- Наличие/отсутствие возможности репоста материала в любой из представленных форм (аудио-, видео- или текстового материала) в социальных сетях;

- Наличие/отсутствие возможности авторизации через одну или несколько социальных сетей (Google+, Twitter, Facebook, Вконтакте, Одноклассники, Мой мир и пр.) с целью репоста или комментирования;

- Наличие/отсутствие приложений для смартфонов, которые также увеличивают как посещаемость сайта, так и доступность представленной на нем информации вне зависимости от местонахождения пользователя;

- Частота обновляемости сайта (так, например, обновления на сайте Zakon.kz производятся в основном в пределах рабочего времени; новостной сайт wew.kz, не смотря на недостаточную популярность у пользователей, обновляется круглосуточно).

В дальнейшем планируется исследовать и такой немаловажный критерий, как «вес» сайта и возможность его отображения с помощью разных браузеров (так, например, не все браузеры могут в равной мере успешно воспроизводить представленную на сайтах информацию).

По нашему мнению, в связи с развитием медиатехнологий, предлагаемая нами схема анализа сайтов позволяет в дальнейшем создавать информационные ресурсы высокого качества и редактировать их. При подготовке сайта с расчетом привлечения широкой аудитории данные признаки являются ведущими и, следовательно, должны быть учтены как в процессе совершенствования сайтов, уже имеющих определенную целевую аудиторию, так и при создании новых ресурсов. В методическом плане, будущий специалист в сфере журналистики обретает навыки аналитической работы в сфере новых медиатехнологий.

возможность комментирования, т.е. обратной связи с потребителем информации. В данном случае мы вступаем в сферу оценки не только информационного наполнения, но и этической стороны сайта как СМИ. Так, инструментарий ряда сайтов исключает возможность комментирования (к их числу относится, например, уже упоминавшийся нами Euronews). Для отслеживания «обратной связи» в данном случае предусмотрен отдельный форум. В том случае, если сайт модерирован, комментарии оцениваются модератором с точки зрения их этической приемлемости, корректности и пр. На некоторых (преимущественно на новостных, например, на Tengrinews.kz) комментарии скрыты; при необходимости пользователь может увидеть и проа-

нализировать содержащуюся в них информацию одним нажатием кнопки «Комментарии».

объем каждой конкретной новости и определение типа медиа на этой основе. Так, в социальных сетях объем новости, как правило, не превышает 250 знаков, в то время как на аналитических сайтах этот объем достигает 20000 знаков (или даже превышает этот объем, что встречается реже). В то же время при подаче свежих новостей и аналитические сайты используют лапидарную форму подачи информации. Главный вопрос при классификации сайтов с этих позиций заключается в преобладании текстов (аудио- или видеоинформации) того или иного объема.

Важнейшую роль в формировании компетенций будущего специалиста в сфере масс-медиа играет анализ контента сайтов. Особо следует подчеркнуть фактор выбора сферы для дальнейшей специализации журналистской деятельности: так, журналист, специализирующийся в представлении на сайтах информации, связанной с искусством и культурой, вряд ли будет столь же успешным Интернет-аналитиком в области экономических и политических реалий.

В качестве примера приведем проводившийся нами учебный анализ контента сайта Nur.kz. Структура сайта предполагает подразделение информации по сферам деятельности, по тематике, по сферам интересов потенциальных потребителей (иногда приоритет отдается форме презентации материала: текстовая форма/видео-материал).

В ходе анализа сайта Nur.kz первый вывод, к которому приходят будущие специалисты в сфере масс-медиа, – это вывод о его многофункциональном характере. При использовании вышеприведенной схемы анализа нами выявлены следующие характеристики сайта Nur.kz:

- Потребителю предоставлена возможности просмотра видео;

- Имеется возможность прослушивания аудиоматериалов;

- Возможен репост материала в любой из представленных форм (аудио-, видео- или текстового материала) в социальных сетях;

- Имеется возможность авторизации через одну или несколько социальных сетей (Google+, Twitter, Facebook, Вконтакте, Одноклассники, Мой мир и пр.) с целью репоста или комментирования;

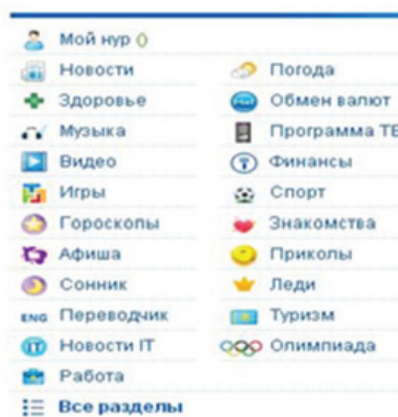
- Отсутствуют приложения для смартфонов, которые также увеличивают как посещаемость сайта, так и доступность представленной на нем информации вне зависимости от местонахождения пользователя.

- С позиций частоты обновляемости следует анализировать уже не сайт в целом, а только его новостную часть. Проблема (и одновременно большое преимущество) Nur.kz заключается в его многофункциональности и в представлении разнообразной информации, рассчитанной на совершенно разные категории потребителей. В качестве недостаточной логики структурирования информации в процессе учебного анализа нами было выявлено соседство двух весьма разных рубрик «Сонник» и «Финансы» в блоке популярных рубрик на главной странице сайта. В качестве решения проблемы (к которому мы пришли в сотрудничестве со студентами факультета журналистики) возможно композиционное переструктурирование сайта с целью привлечения внимания реципиента. То есть необходимо не просто членить пространство сайта на рубрики, а систематизировать сами рубрики (например, ошибочное впечатление легковесности информации и сайта в целом может создать наличие рубрик «Гороскопы», «Игры» и «Сонник»). Для привлечения соответствующей аудитории (и в то же время коррекции имиджа сайта в сторону большей серьезности и аналитичности контента) возможен перенос более масштабной рубрики «Развлечения», включающей в себя вышеупомянутые подразделы, из подробного каталога на главную страницу.

Учебный анализ выявил также непривычный характер разметки сайта, его внешней структуры, что влечет за собой трудности его зрительного восприятия и создает барьер для последующего извлечения информации. Как указывается в публикациях, посвященных конструированию сайтов, под внешней структурой понимается блок-схема сайта, его элементы, представленные на всех страницах, а также их взаимное расположение [5]. В случае с Nur.kz левая часть сайта содержит новостную информацию, тогда как на большинстве сайтов именно здесь расположен функционал (см. Рисунок 1). Сравним традиционную структуру сайта на Рисунке 1, меню сайта Nur.kz (Рисунок 2) и скриншот страницы сайта Nur.kz (Рисунок 3).



Рисунке 1



Рисунке 2



Рисунке 1

В свою очередь, каталог располагается справа, как это видно на Рисунке 3, а пользователь Интернета уже ориентирован на расположение данной информации наверху либо в левой части страницы; при размещении же каталога справа, что встречается реже, внимание на нем акцентируется с помощью графических средств (боксы и пр.).

Следует особо остановиться на выборе языка представляемой информации: сайт имеет два варианта – на государственном и на русском языке, но зачастую как в первом, так и во втором варианте можно найти информацию на обоих языках. Преимуществом Nur.kz является встроенный переводчик типа Google Translator, позволяющий осуществить воссоздание представленных текстов на 59 языках (мы не будем останавливаться

здесь на качестве перевода, так как это отдельный вопрос, и на данном этапе автоматические переводчики высоким качеством не отличаются).

Results

Таким образом, изучение новых медиа может сыграть значительную роль, во-первых, в профессионализации будущих журналистов. Во-вторых, введение этого курса в учебный план специальности «Журналистика» обуславливает выработку смежных навыков и умений, в частности, в сфере Web-дизайна, так как взаимосвязь этих аспектов современной медийной сферы неоспорима. Помимо этого, важность изучения новых медиа заключается не только в специфичном представлении информации, но и в выполнении

новыми медиа коммуникативной функции, а также в необходимости подготовить журналиста (как профессионально и технически, так и психологически) к работе в этой сфере. Как указывает Рассел Ньюмен, «наиболее существенная черта новых электронных медиа – это то, что они все взаимосвязаны. Мы сейчас наблюдаем развитие универсальной взаимосвязанной сети, в которой присутствуют и аудио, и видео, и электронный текст; это приведет к размыванию границ между

межличностным общением и массовой коммуникацией, между публичными и частными формами общения» [6]. Инновационный характер изучения новых медиа позволяет сделать подготовку специалистов в сфере масс-медиа более мобильной, отвечающей требованиям и вызовам XXI века, а также дает возможность выработать элементарные инструменты анализа этого сегмента медийной сферы.

Литература

- 1 Новые медиа // http://www.redactor.in.ua/media_new/1762.html
- 2 Семенов А. WTF is New Media? // http://3wisemonkeys.ru/wtf-is-new-media/#.Uv_JdGJ_ugQ
- 3 Manovich L. The Language of New Media. MIT Press, 2001. — 307 p.
- 4 Фортунатов А.Н. Взаимодействие субъектов социальной коммуникации в медиареальности. Автореф. докт. дисс. – Нижний Новгород, 2009. – 37 с.
- 5 Что такое структура сайта? <http://www.novichkoff.ru/chto-takoe-struktura-sajta.html#.Uv8T3tLxpwE>
- 6 Neuman R. The future of the mass audience. – Cambridge University Press, 1991.

References

- 1 New Media // http://www.redactor.in.ua/media_new/1762.html
- 2 Semenov A. WTF is New Media? // http://3wisemonkeys.ru/wtf-is-new-media/#.Uv_JdGJ_ugQ
- 3 Manovich L. The Language of New Media. MIT Press, 2001. — 307 p.
- 4 Fortunatov A.N. Vzaimodeistvie bub'ectov socialnoi kommunikacii v mediarealnosti. Avtoref. doct. diss. – Nizhniy Novgorod, 2009. – 37 s.
- 5 Chto takoe structura saita? <http://www.novichkoff.ru/chto-takoe-struktura-sajta.html#.Uv8T3tLxpwE>
- 6 Neuman R. The future of the mass audience. – Cambridge University Press, 1991.