

А.А. Градюшко

Становление и развитие инфраструктуры Интернет-СМИ

Целью исследования является выявление основополагающих тенденций развития Интернет-СМИ Беларуси, что будет способствовать определению стратегий деятельности традиционных средств массовой информации в условиях глобализации и конвергенции. Это в свою очередь определило задачи исследования:

- проанализировать современное состояние системы онлайн-средств массовой информации;
- провести периодизацию процесса становления и развития Интернет-СМИ Беларуси;
- выявить ключевые особенности СМИ в Интернете;
- изучить основные характеристики медиaprостранства Витебской области;
- оценить уровень использования инновационных веб-технологий белорусскими СМИ;
- определить стратегии взаимодействия между традиционными и новыми медиа;
- выработать практические рекомендации для развития белорусских Интернет-СМИ.

Материал и методы. Объектом научного исследования являются Интернет-СМИ Беларуси в условиях конвергенции и глобализации информационного пространства.

Для достижения поставленной цели и успешного решения задач в исследовании использованы следующие методы теоретического и эмпирического исследования: индукция и дедукция при аналитическом осмыслении фактов, систематизация источниковедческих материалов; метод социологического исследования; метод сравнительного анализа; контент-анализ.

Десятилетие с 2002 по 2012 г. обещает стать самым трансформационным промежутком мировой медийной индустрии за последнее столетие. По мере развития широкополосного доступа Интернет превращается в серьезнейшего конкурента традиционных средств массовой информации (СМИ). Проникновение Интернета в Беларусь составляет около 27% (в среднем в Центральной и Восточной Европе 43,6%), рынок доступа в сеть быстро растет. В нашей стране насчитывается более 3 млн Интернет-пользователей, из которых свыше 200 тыс. подключены по высокоскоростным каналам.

Последний читатель отправит в макулатуру бумажный экземпляр газеты в апреле 2043 года. Такое мнение несколько лет назад высказал американский профессор Филипп Мейер в своей книге «Исчезающая газета» («The Vanishing Newspaper») [1]. Традиционным СМИ не стоит уповать лишь на свое прошлое. Пора задуматься над тем, как ответить на вызовы будущего. Перед белорусской прессой стоит задача адаптации в новой конкурентной высокотехнологичной среде.

«Пора осознать, что тенденции развития повернулись против нас. Если мы сейчас не задумаемся и не посмотрим в глаза происходящим переменам, мы станем неконкурентоспособны. Когда-то люди начинали свой день с чашечки кофе и газеты, в будущем, я надеюсь, они станут начинать его с кофе и сай-

та» [2] – эти слова известного медиамагната Руперта Мэрдока, произнесенные 13 апреля 2005 г. во время выступления перед Американским обществом газетных редакторов, уже вошли в историю.

Перемены, происходящие в последние годы на мировом рынке масс-медиа, являются кардинальными. Постепенно Интернет становится той медиаплатформой, которая в ближайшем будущем изменит наши представления о роли СМИ в современном обществе. Всемирная сеть представляет собой интерактивную, развивающуюся, высокотехнологичную, популярную, сравнительно недорогую площадку с активной, качественной, многочисленной, быстро растущей аудиторией.

Представляется необходимым комплексно исследовать инфраструктуру Интернет-СМИ, охарактеризовать их как целостную типологическую группу, проанализировать современное состояние системы онлайн-средств массовой информации, выявить возможности дальнейшего развития как отдельных сайтов, так и взятой в целом группы Интернет-СМИ. На материале зарубежных и белорусских Интернет-СМИ нами сделана попытка выявить особенности национальной медийной инфраструктуры Республики Беларусь в условиях глобализации и конвергенции.

Результаты и их обсуждение. Повышение роли Интернет-СМИ в системе масс-медиа обуславливает важность разработки качественно нового подхода к решению методологических и практических задач формирования информационной политики. Наиболее важные теоретические исследования в области становления и развития инфраструктуры Интернет-СМИ отражены в трудах М. Бриггса [3], М. Варда [4], С. Куинна [5], К. Майера [6], Д. Фоуста [7], Г. Хоффакера [8]. и др. Большинство из этих исследований опубликовано в последние годы.

По мнению ряда исследователей, Интернет-СМИ можно отнести к новому виду средств массовой информации. Подобного мнения придерживается, в частности, китайская ученая Цзя Лежун: «в течение нескольких лет начиная с середины 90-х гг. онлайн-СМИ как новое средство массовой информации провели наступление на традиционные средства массовой информации и в определенной степени вызвали изменение в системе СМИ в целом» [9].

Процесс конвергенции вовлекает в себя технологические, управленческие и творческие ресурсы редакций. Журналисты формируют контент, который распространяется через различные платформы. Происходит переход от мономедийной к мультимедийной структуре СМИ. Аудитория печатных периодических изданий с каждым годом сужается. Газеты во многом сохраняют актуальность для людей старшего и среднего поколения. Молодежь читает прессу меньше и реже.

По нашему мнению, с учетом последних исследований в области массмедиа белорусского Интернета наиболее удачной будет следующая периодизация процесса становления и развития онлайн-СМИ Беларуси.

Первый, экспериментальный этап – с 1996 г. по 1998 г. В этот период в Интернете появились сайты первых белорусских СМИ. Пионером в области освоения информационного поля Интернета стала газета «Вечерний Минск» (сайт начал работу 24 июля 1996 г.). В этот же период возникло несколько медиапроектов, созданных специально для функционирования в Интернете, позиционирующих себя как СМИ.

Второй этап – с 1999 по 2002 г. В Интернете созданы электронные версии нескольких десятков печатных СМИ Беларуси. Все они представляли собой «клоны» газет. В сентябре 2001 г. появилась Интернет-газета «Белорусские новости» (<http://www.naviny.by/>), которая вскоре стала одним из лидеров среди онлайн-изданий страны.

Третий этап – с 2003 по 2006 г. Дальнейшая «онлайнизация» традиционных СМИ. Смена дизайна ранее существовавших веб-проектов. Расширение представительства в Интернете республиканских СМИ. Увеличение числа онлайн-изданий (в том числе специализированных), созданных для функционирования только в Интернете и относящих себя к средствам массовой информации. Появление Интернет-радио.

Четвертый этап – с 2007 г. по настоящее время. Развитие мультимедийных проектов, в том числе веб-телевидения (ITV.BY и др.). Начало использования инновационных технологий (RSS-поток; PDA- и WAP-версии, блоги и др.). Распространение новых типов контента формата WEB 2.0. Появление в Интернете сайтов ряда областных и районных газет.

Проведенные нами исследования показывают, что в Интернет-СМИ быстро развиваются средства обеспечения интерактивности, а именно: электронная почта, форумы, блоги, онлайн-голосования, рейтинги, чаты, гостевые книги и др. Интерактив, то есть обратная связь СМИ с читателем, наглядно проявляется в возможности незамедлительно откликнуться на любую публикацию, высказать собственное мнение и даже разместить ответную статью. Ресурс должен предоставлять пользователю возможность диалога для двухстороннего обмена информацией. Интерактивные элементы позволяют реально ощутить преимущества сети по сравнению с другими источниками информации.

Перед традиционными СМИ встает задача адаптации в новой конкурентной среде. Масштаб перемен в сфере массовой информации легче проследить на примере зарубежных стран. Наибольшее распространение там получили модифицированные онлайн-версии традиционных изданий («гибриды»). Наилучшим вариантом считается перенесение в Интернет уже известного читателям брэнда печатного издания.

При создании сайтов традиционных СМИ за рубежом используются следующие инновационные технологии: обновление веб-ресурса в режиме реального времени 24 часа в сутки без выходных дней (новости как минимум несколько раз в час); размещение видеофайлов (веб-телевидение) и фоторепортажей; подкастинг; комментарии к публикациям; наличие PDA- и WAP-версий; поиск по сайту; архив публикаций (в том числе в формате PDF); интерактивные голосования, блиц-опросы; блоги как самих журналистов, так и приглашенных экспертов, а также читателей. Вся информация, которая публикуется на сайте, уходит на экспорт по RSS-каналам.

Печатные СМИ пытаются приспособить прежние модели управления редакцией к реалиям информационного общества. Каждое событие в Интернете освещается во всех возможных форматах (текст, фото, видео, инфографика, обсуждения и др.). Журналисты становятся «универсальными солдатами», которые умеют не только писать, но и снимать видео, вести блог... Проблема в том, что такой многомерный подход могут позволить себе не все редакции.

Для большинства белорусских журналистов Интернет пока не стал средой, обладающей не меньшими возможностями, чем радио или телевидение. Как правило, редакторы многих СМИ Беларуси относятся к представительству в Интернете как к модной, но побочной деятельности. Печатные издания нередко создают онлайн-версии лишь для демонстрации своего присутствия в Интернете. Редакторы часто недооценивают значение Интернет-технологий, не проявляют к сайтам интереса. Кое-кто видит в Интернете лишь угрозу...

Проанализировав представительства в Интернете ряда белорусских печатных СМИ, мы выяснили, что из 1302 зарегистрированных изданий имеют Интернет-версии не более 160–180 газет и журналов. На сайты белорусских республиканских СМИ каждые сутки в среднем заходит от 1000

(«Рэспубліка») до 16000 («Комсомольская правда» в Белоруссии») уникальных посетителей. По сравнению с тиражами газет – мизер.

Представлен в Интернете также ряд региональных изданий Беларуси. В июле 2008 г. открыл свой сайт «Віцебскі рабочы» (<http://www.vitnews.by/>). Веб-ресурс же газеты «Віцебчы» (<http://www.vitbichi.vitebsk.by/>) не обновляется еще с прошлой зимы. Почти всегда создание сайта газеты происходит по следующей схеме: берется текущая версия издания и выкладывается в сеть. При этом никто даже не задумывается ни о целевой аудитории данного Интернет-издания, ни о его доходности, ни о способах продвижения в сети. Нет ничего более удручающего, чем сайт издания, на главной странице которого «вывешены» новости полугодовой давности.

Среднесуточная аудитория сайтов областных и районных СМИ не превышает 25–100 человек. Сайты-«клоны» обновляются один раз в сутки в момент выхода «бумажных» изданий или накануне вечером. Опыт многих белорусских газет в создании и творческом администрировании сайтов следует признать неудачным. Продолжается практика копирования материала печатной версии без его адаптации к условиям интерактивной среды. Требуются кардинальные изменения в организации работы редакций.

Примечателен опыт «Комсомольской правды» в Белоруссии», которая в марте 2008 г. полностью изменила свой сайт <http://www.kp.by/>, что позволило изданию выйти на первое место в рейтинге посещаемости белорусских СМИ. На сайте есть постоянно обновляемые новости, фотогалереи, слайд-шоу, видео, блоги журналистов и читателей, работают сервисы WAP-GPRS, PDA, RSS, PDF. Реализована возможность обсуждения материалов. Сайт начал активно позиционировать себя как постоянно обновляемый онлайн-ресурс, в результате чего он превзошел по популярности многие государственные масс-медийные площадки.

По инициативе Министерства информации Республики Беларусь в октябре-ноябре 2008 г. Институт журналистики Белорусского государственного университета провел социологическое исследование «Кадры региональных печатных СМИ». В ходе его было изучено мнение журналистов о кадровом потенциале региональных СМИ, собраны предложения и пожелания по данной теме.

В ходе исследования, проведенного методом почтового анкетирования, было опрошено более 400 респондентов из всех областей Республики Беларусь. В общей сложности анкеты были разосланы в 140 региональных изданий (областные, городские, районные и объединенные).

В каждую редакцию было направлено по 4 анкеты. В общей сложности участникам опроса было направлено 560 анкет. Возврат составил 415 заполненных анкет. При проведении названного исследования, в частности, журналистов просили ответить на вопросы «Имеет ли ваша газета собственный Интернет-сайт?» и «Какими профессиональными техническими навыками Вы владеете?».

Информационное поле Витебской области на конец 2008 года было представлено 26 государственными газетами (из них 2 – областные, 2 – объединенные, 2 – городские, 19 – районные, 1 – информационно-рекламная), а также 44 негосударственными. Количество руководящих и творческих работников в государственных печатных СМИ -- 229 человек (с высшим образованием – 200, в том числе с журналистским – 105). Средний возраст работников составляет 42 года. Количество работников пенсионного возраста – 23 человека.

При проведении социологического исследования было выявлено, что журналистам региональных СМИ Витебской области недостаточно знаний в области современных Интернет-технологий, навыков веб-программирования и сайтостроения; знаний в области современных систем верстки, компьютерного дизайна; навыков управления редакцией в современных условиях.

Достаточно важным трендом развития Интернет-СМИ на современном этапе можно назвать также дальнейшее развитие сайтов гражданской журналистики, которые успешно конкурируют с сайтами традиционных печатных СМИ. До сих пор журналистика была прерогативой профессионалов. Профессиональные журналисты занимались тем, что искали информацию, обрабатывали ее и представляли на суд читателя. А сегодня читатели сами пишут в Интернете тексты, публикуют свои фоторепортажи, загружают видеоролики. Этого контента (User Generated Content), созданного самими пользователями, становится все больше и больше.

Дополнением к традиционной журналистике становятся тематические блоги. Если один человек напишет, сфотографирует или снимет на видео что-то интересное, многие пользователи просмотрят эту информацию на блоге. Профессиональные журналисты нередко используют информацию из блогосферы. На наш взгляд, блоггинг станет важнейшим аспектом журналистики в будущем, потеснив традиционные СМИ. Кроме того, общественно значимая информация оперативно распространяется посредством популярных социальных сетей (MySpace, Facebook и др.).

По мере распространения широкополосного доступа будет снижаться популярность не только печатных СМИ, но также радио и телевидения. В настоящее время динамично развиваются специализированные видеосервисы (ведущее место среди них занимает YouTube), аудио- и видеоподкасты, видеоблоги, Интернет-радио. В странах с проникновением Интернета более 75% (Дания, Норвегия, Швеция, Великобритания) величина рынка Интернет-рекламы вскоре превзойдет рекламные бюджеты на телевидении.

Для обеспечения отечественных Интернет-СМИ высококвалифицированными специалистами с 2008/2009 учебного года в Институте журналистики Белорусского государственного университета начата подготовка студентов по новой специальности 1-23 01 08-03 «Журналистика (веб-журналистика)», что в будущем позволит вывести инфраструктуру Интернет-СМИ Байнета на качественно новый уровень.

Заключение. Для дальнейшего развития белорусских Интернет-СМИ в самое ближайшее время необходимо активизировать государственную политику в области масс-медиа Интернета; создать отдельные онлайн-редакции на базе ведущих СМИ; обновлять сайты в режиме реального времени; добавить номинацию «Лучший сайт газеты (журнала) в Интернете» на «Золотой Литере» и других аналогичных конкурсах; готовить специалистов в сфере веб-журналистики; повышать квалификацию журналистов.

По мере стремительного увеличения числа пользователей и удешевления доступа Интернет становится серьезнейшим конкурентом для традиционных СМИ, что в ближайшее десятилетие может привести к системному кризису печатных изданий (в первую очередь газет). Дальнейшее развитие инфраструктуры Интернет-СМИ будет сопровождаться созданием инновационных моделей распространения массовой информации, основанных на технологиях WEB 2.0.

ЛИТЕРАТУРА

1. **Meyer, P.** The Vanishing Newspaper. Saving Journalism in the Information Age. University of Missouri Press, 2004. – 269 p.
2. **Murdoch, R.** Speech by Rupert Murdoch to the American Society of Newspaper Editors. [Electronic resource] / News Corporation 2005, 13 April. – Mode of access: http://www.newscorp.com/news/news_247.html. – Date of access: 15.12.2008.
3. **Briggs, M.** Journalism 2.0: How to Survive and Thrive. – J-Lab: The Institute for Interactive Journalism, 2007. – 132 p.
4. **Ward, M.** Journalism Online. Focal Press, 2002. – 224 p.

5. **Quinn, S.** Convergent Journalism an Introduction / S. Quinn, V. Filak. – Writing and Producing Across Media Focal Press, 2005. – 240 p.
6. **Meier, K. (Hg.)** Internet-Journalismus / 3. uberarbeitete und erweiterte Auflage. UVK, Konstanz, 2002. – 488 s.
7. **Foust, J.C.** Online Journalism: Principles and Practices of News for the Web. Scottsdale, AZ: Holcomb Hathaway Publishers, 2005. – 269 p.
8. **Foust, J.C.** Online Journalism: Principles and Practices of News for the Web. Scottsdale, AZ: Holcomb Hathaway Publishers, 2005. – 269 p.
9. **Цзя Лежун.** Интернет и китайские онлайн-СМИ. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004. – 128 с.

S U M M A R Y

The article tells about the general theoretical aspects of on-line Mass Media. The ways of development of traditional Belarusian Mass Media are being analyzed. The main characteristics of the Internet Mass Media are revealed. The main trends of evolution of national Mass Media into World Internet space are worked out.

Поступила в редакцию 9.12.2008