

Секция «Журналистика»

Электронный вариант газет. Сравнительный анализ сайтов.

Нестеренко Ирина Игоревна

Студент

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Факультет

журналистики, Алматы, Казахстан

E-mail: irina_nest_91@mail.ru

С развитием интернета, информационных и компьютерных технологий, произошли существенные изменения в системе средств массовой информации. Интернет объединил мировое сообщество в электронном пространстве и стал оперативным источником информации. В журналистике сформировался новый вид деятельности – интернет-журналистика или как еще называют on-line или кибер-журналистика. Повсеместно начали появляться электронные версии традиционных СМИ: газет, телеканалов и радио, а затем и самостоятельные электронные газеты, интернет-журналы, цифровое телевидение и информационные агентства работающие в он-лайн режиме. On-line, или интернет-журналистика — это электронные издания в сети Интернет, которые представлены в виде электронных версий бумажных изданий, сугубо интернет-издания, а также издания, имеющие в качестве двойника бумажную версию.[1]

Актуальность выбранной темы заключается в том, что электронные версии газет стали пользоваться большой популярностью и для того, чтобы удовлетворить потребность современного читателя необходимо провести исследование электронных версий казахстанских газет.

Цель исследования: проанализировать развитие электронных версий казахстанских газет; сравнить их с зарубежными изданиями электронного формата; выявить недостатки в формировании контента и дизайна электронного формата издания; пути решения проблем.

В качестве успешного образца электронного варианта печатных СМИ я предлагаю взять американские газеты: USA Today, The Wall Street Journal и The New York Times. Дизайн каждого сайта индивидуален и отражает стиль и специфику издания. Например, если в газета The Wall Street Journal специализируется преимущественно на экономической тематике, то и на сайте присутствуют биржевые показатели, катировка валют, различные графики и диаграммы. В то время как в газете USA Today превалирует информация о культуре, спорте и знаменитостях, которая сопровождается яркими фотоснимками.

Интернет журнал для новых медиа «Новый репортер» проанализировал какие шаги делает The New York Times в направлении перехода на электронный формат. По информации журнала, сайт газеты The New York Times был создан в 1996 году. В этом же году был признан одним из лучших сайтов Всемирной паутины, в 2009-м – самым лучшим веб-сайтом СМИ в мире. The New York Times это целый концерн, куда входят 18 изданий, в том числе The Boston Globe и The International Herald Tribune, и чья стоимость, по меркам NY Mag, оценивается не менее, чем в 1 млрд долларов. Шаги The New York Times в направлении перехода на электронный формат: 1) Специальные проекты; 2) Видеоигры; 3) Быстрые ссылки; 4) Переводы комментариев на статьи; 5) Открытые коды для своих разработок. [2]

Одной из наиболее успешных электронных версий казахстанских газет признана «Уральская неделя». Инструменты сайта «Уральская неделя»: Мультимедийная фотопанорама; Инфографика; Таймлиния (время и хронология событий); Онлайн-трансляция; Видео; Слайдшоу. [2]

В Казахстане первыми электронные версии начали выпускать такие газеты, как «Караван», «Казахстанская правда», «Время» и др. Но интернет-версии этих изданий во временном отношении отстают от обычной формы распространения, информация, опубликованная на страницах газет, не всегда присутствует в Интернете. Руководство газет не развивает интернет-версию, она не является приоритетным направлением издания.

Основные причины неуспешности журналистских веб-проектов заключаются в: 1) игнорировании специфики гипертекста и его лексических особенностей; 2) примитивной технологии и отсутствии автоматизации, мультимедийности; 3) неграмотность журналистов по отношению к специфике и технологии интернета; 4) нерегулярное обновление контента.

По словам Олега Ганта, руководителя по организации новых медиа, «ошибка традиционных СМИ в том, что при создании электронных версий не рассматривается технический аспект и специфика интернета. Единственное что может сделать успешным издание – контент ориентированный на пользователя». Нельзя статьи, которые созданы для газеты перенести в интернет, потому что они не соответствуют языку интернета, из-за чего плохо находимы в поисковике. Необходимо менять контент.

В связи с этим хочется выделить определенные особенности создания интернет текстов, соблюдая которые можно успешно реализовать журналистский интернет-проект: Мультимедийность (навыки, мышление) – фото, видео, аудио; Инфографика- диаграммы, таблицы, схемы; Точность и краткость заголовков, использование глаголов и цифр; Использование гиперссылок; Лаконичность текста, конкретность, ясность и содержательность. Разбивка на абзацы. Определенное количество предложений. Графическое выделение ключевых слов. Следует уделять должное внимание социальным сетям, обратной связи, а так же создавать мобильную версию сайтов. Во многих редакциях они уже стали одним из основных инструментов в профессиональной деятельности.

Для того, чтобы повысить уровень казахстанских электронных форматов традиционных СМИ необходимо: во-первых, журналистам хорошо ориентироваться в интернет пространстве, писать текст, учитывая специфику интернета; сформировать мультимедийное мышление, использовать инфографику, видео и фото в своих материалах; во-вторых, регулярно обновлять контент, желательно выкладывать в сеть новости с утра; интернетный материал должен отличаться от газетного.

Литература

1. infoCOM.UZ: <http://infocom.uz/2005/04/15/internet-zhurnalistsika-vchera-i-segodnya/>
2. Новый репортер.org: <http://newreporter.org>