



ЖУРНАЛИСТИКА

УДК 070(470.41)+811.161.1'38+811.512.145'38

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ И ИНТЕРАКТИВНЫХ СВОЙСТВ СЕТИ ИНТЕРНЕТ В ЭЛЕКТРОННЫХ ГАЗЕТАХ ТАТАРСТАНА

А. Н. Гильманова

Казанский (Приволжский) федеральный университет
E-mail: boss1001@yandex.ru

В статье изложены результаты сравнительного контент-анализа интервью в интернет-газетах на русском и татарском языке «Бизнес online» и «Intertat.ru» за период с 1 июня 2012 г. по 1 января 2014 г. Единицами анализа и счета стали тематика, вид интервью, стилистические приемы журналиста, использование оригинальных свойств интернет-СМИ. Всего проанализировано 160 интервью.

Ключевые слова: интервью, интернет-издание, жанр, мультимедийность, интерактивность, средства массовой информации, социальные сети.

The Usage of Multimedia and Interactive Features of the Internet in Electronic Newspapers of Tatarstan

A. N. Gilmanova

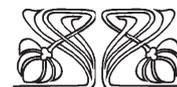
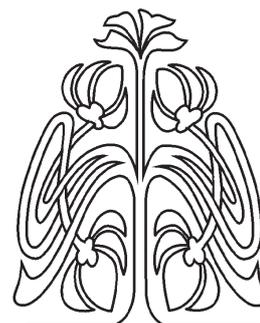
The article presents the results of a comparative content analysis of interviews in online newspapers *Business online* and *Intertat.ru* in the Russian and Tatar languages in the period from 1 June, 2012 to 1 January, 2014. Units of analysis and calculation are the subject-matter, layout, journalist's stylistic devices, as well as the use of the original online media properties. 160 interviews have been analyzed.

Key words: interview, online edition, genre, multimedia, interactive, mass media, social networks.

В Республике Татарстан подвели итоги развития медиаотрасли в 2013 г. Здесь осуществляют деятельность 768 СМИ, из них 381 газета и 170 журналов, 66 телеканалов¹. На информационном рынке государственного сектора присутствуют два гиганта – это Республиканское агентство по печати и массовым коммуникациям ОАО «Татмедиа» и Телерадиокомпания «Новый век». Тревожными для отрасли являются тенденции последних лет по снижению подписки на печатные СМИ, падение тиражей, дотационность и некупаемость государственных СМИ. «В 2013 году сумма государственного заказа СМИ составила 1,2 млрд рублей. ГосСМИ заработали на рынке рекламы значительно меньше, чем им дали денег из бюджета»². Хотелось бы отметить, что падение тиражей, переход СМИ в интернет-среду, старение аудитории традиционных СМИ является глобальной тенденцией медиабизнеса.

Выходом из сложившейся ситуации, по мнению специалистов ОАО «Татмедиа», является освоение традиционными СМИ интернет-пространства, привлечение читательской аудитории через социальные сети «ВКонтакте» и Twitter. В качестве одной из мер по привлечению аудитории является «ребрендинг сайта информерагентства “Татар-информ” (кстати, четвертый за последние 8 лет), которым займется студия самого известного, пожалуй, в России дизайнера Артемия Лебедева»³.

Необходимо отметить, что негосударственный сектор СМИ Татарстана уже давно развивает он-лайн версии своих изданий: по данным рейтинговой компании сайтов www.tatarstan.net, из 768 СМИ Татарстана 208 (27%) имеют он-лайн версии. Электронными изданиями,



НАУЧНЫЙ
ОТДЕЛ





не имеющими традиционных версий, являются 65 сайтов. Также интернет-версии есть у 96 газет и журналов, 12 информационных агентств, 18 радиостанций, 17 телекомпаний.

Одним из первых средств массовой информации в Татнете стала электронная газета «Intertat.ru», которая была зарегистрирована в 2002 г. и имела в своем составе русскую и татарскую редакции. Финансируется из госбюджета, является филиалом ОАО «Татмедиа». До сих пор данная редакция имеет лидирующие позиции среди сетевых СМИ на татарском языке, также популярными изданиями за последние годы стали «Безнен гажит», «Ирек майданы», «Акчарлак», которые имеют печатные и электронные версии. На негосударственном рынке СМИ Татарстана лидером является общественно-политическая газета «Вечерняя Казань», учредителями которой выступают ООО «Издательский дом «Вечерняя Казань», ООО «Редакция газеты «Вечерняя Казань». Газета издается с 1979 г. В 1991 г. у нее был рекордный среди СМИ республики тираж – 300 тыс. экземпляров. На сегодняшний день общий тираж составляет 30 018 экземпляров. В 2011 г. сайт газеты «Вечерняя Казань» зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций как электронное СМИ.

Среди негосударственных телеканалов Татарстана лидером является телекомпания «Эфир», которая в 1992 г. одной из первых в России получила лицензию на телевидение. Производство телепередач происходило совместно со студентами журфака в физическом корпусе Казанского государственного университета. Сайт у телекомпании «Эфир» появился в 2007 г. Согласно данным Gallup Media, зрительская аудитория телекомпании «Эфир» ежедневно составляет 150 тыс. человек.

Информационный вакуум в Татарстане также восполняют региональные вклады федеральных СМИ, таких как «Комсомольская правда», «Коммерсантъ», «Аргументы и факты».

В 2008 г. стартовал проект электронного издания «Бизнес online», в первый же год существования он выбился в лидеры среди СМИ. Учредителем газеты является ООО «Бизнес Медиа Холдинг». В «Бизнес online» привлекаются известные в республике журналисты, на сайте газеты поднимаются актуальные для общества, а главное, запретные для государственных СМИ темы: клановость политической элиты республики, коррумпированность бизнеса. По данным информационно-аналитической системы «Медиа-логия», в рейтинге самых цитируемых федеральных СМИ за ноябрь 2013 г. газета «Бизнес online» заняла 10-е место. В ТОП 20 самых цитируемых ресурсов Татарстана за III квартал 2013 г. «Бизнес online» является абсолютным лидером⁴.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что сектор интернет-СМИ Татарстана сложился. В нем лидируют коммерческие СМИ. Задача

лидеров – не потерять завоеванных позиций. Нами проведен качественный и количественный контент-анализ материалов в жанре интервью в интернет-газетах на русском и татарском языке «Бизнес online» и «Intertat.ru» за период с 1 июня 2012 г. по 1 января 2014 г. Единицами анализа стали тематика, вид интервью, стилистические приемы журналиста, использование оригинальных свойств интернет-СМИ. Всего проанализировано 160 интервью. Исследование было проведено с целью выявления специфики использования оригинальных свойств интернет-СМИ: гипертекстуальности, мультимедийности, интерактивности (введены в научный оборот в 2005 г. М. М. Лукиной, И. Д. Фомичевой) татарстанскими интернет-изданиями.

Интервью в теории журналистики рассматривается с точки зрения двух подходов – как жанр и как метод сбора информации. Нами для анализа был выбран жанр интервью, так как это популярный и способствующий проявлению интерактивных свойств сетевых СМИ формат журналистского текста. Более того, интервью входит не только в российскую систему жанров, но и в систему, принятую в качестве стандарта крупнейшими новостными агентствами, который разработал и ввел Международный совет по прессе и телекоммуникациям (International Press Telecommunication Council). Согласно данной жанровой системе, существенно отличающейся от российской, подразделяющей жанры на три группы: информационные, аналитические, художественно-публицистические, в каталоге IPTC есть ряд технических стандартов для обмена новостями. Жанр интервью в каталоге IPTC определяется как материал, содержащий диалог с источником, в котором слова источника занимают значительное место. Также в каталоге IPTC выделяются формы, которые близки к видам интервью: вопрос – ответ, опрос, ответ на вопрос, цитата.

В жанровой теории российской журналистики подразделяют интервью на информационное, оперативное, расследование, портрет. Среди проанализированных нами 65 интервью, опубликованных в газете «Intertat.ru», в виде информационного интервью опубликовано 43 материала, интервью-портрета – 15, интервью-расследования – 7. Популярность информационного интервью закономерна для сетевых изданий, так как специфика коммуникации в среде Интернет на первый план выводит информационную функцию.

Исследователь интервью М. М. Лукина классифицирует интервью по типу поведенческих стилистических приемов журналиста на конфронтационный, элитарный стиль и партнерский режим⁵. Проводя контент-анализ интервью, опубликованных в газете «Intertat.ru», мы в качестве единицы счета использовали классификацию М. М. Лукиной. Из 65 интервью 53 создано журналистами в рамках стилистического приема «партнерский режим», который предполагает равноправное взаимодействие людей; 12 интер-



вью написано в элитарном стиле; в конфронтационном – ни одного. Данный факт мы связываем с исторически сложившейся «просветительско-воспитательной» моделью татарской журналистики. Воспитательная, образовательная функция в татарской журналистике всегда стояла на первом месте. Данные традиции татарская журналистика транслирует и по сей день, сознательно избегая конфликтных тем беседы, что отрицательно сказывается на посещаемости сайтов татарских интернет-изданий и на обратной связи с аудиторией.

Подводя итоги анализа опубликованных интервью в газете «Intertat.ru» на предмет использования оригинальных свойств интернет-СМИ, таких как интерактивность и мультимедийность, можно сделать вывод о том, что возможности Интернета в издании используются ограниченно. Из 65 интервью мультимедийными свойствами корреспонденты воспользовались в 5 интервью, где были выложены видеоролики, музыкальные клипы, как, например, в интервью Венеры Беляевой с певицей Альбиной Сэфэровой: «Халык болай яратыр дип уйламаган идем»⁶. Интерактивные свойства интернет-СМИ используются более широко, комментариями читателей снабжены 45 интервью. Примечательно, что из 12 интервью, написанных в элитарном стиле, ни одно не получило комментариев читателей. Наиболее обсуждаемыми стали интервью, написанные в партнерском режиме: Муршиды Кыямовой «Гөлүсә Закирова: Нишләп халык язучыларын иплэбрэк укымаска?»⁷ (12 комментариев читателей), беседа Радика Сабирова «Рашат Якупов: Гарри Поттер турында татарча язабыз»⁸ (18 комментариев). Данные интервью посвящены проблемам развития татарского языка. Именно проблемное интервью вызывает наибольший отклик читателей. Характерно, что реальная аудитория газеты «Intertat.ru» открыта, неагрессивна, в отличие от популярных изданий на русском языке.

В газете «Бизнес online» мультимедийные свойства интернет-СМИ используются более широко, чем в татарском издании «Intertat.ru». Из 71 интервью, опубликованного в рубрике «Персона», 65 содержат фото- и видеофрагменты беседы. Также необходимо отметить, что «Бизнес online» первой из республиканских интернет-СМИ разместила рубрику «Инфографика», в которой в доступной и наглядной форме публиковала статистическую, аналитическую информацию. За период с 19 ноября 2012 г. по 7 августа 2013 г. на сайте газеты было опубликовано 11 материалов в виде инфографики. Большое количество их было посвящено промежуточным результатам и итогам «Универсиады-2013». Сейчас эта рубрика ушла в архив и больше не пополняется, что, на наш взгляд, неправильно, так как присутствие оригинальной инфографики – это современное использование мультимедийных свойств интернет-СМИ.

Интерактивные свойства интернет-СМИ активно используются в комментариях к интервью

в издании «Бизнес online». Раздел «Персона» ориентирован на беседу с представителями малого и среднего бизнеса Республики Татарстан. Во всех интервью в разделе «Персона» (кроме интервью, опубликованных на правах рекламы) присутствуют комментарии. Более того, читательская аудитория разворачивает полемику, критикует товар или услугу предпринимателя, обвиняет в использовании административного ресурса. Наиболее обсуждаемыми стали материалы «Айдар Исмагилов. “Пятое колесо”: Все родилось в момент краха» – интервью с владельцем сети шиномонтажа вызвало 84 комментария, полемику⁹. На втором месте по интенсивности обратной связи с читателем – материал «Зульфия Хашимова, дизайн-студия “АРТЭГО”»: Самая дорогая отделка квартиры в Казани обошлась в 14 миллионов рублей»¹⁰. Интервью с владелицей дизайн-студии вызвало 76 комментариев, где критикуется работа дизайн-студии.

Оригинальным интерактивным проектом газеты «Бизнес online» можно считать раздел «Online конференция», который построен в формате «Прямая связь». На сайте газеты заранее анонсируется, что готовится интервью в форме круглого стола с известным певцом, музыкантом, чиновником и читатели могут отправить вопрос, который будет задан собеседнику. Затем публикуется стенограмма интервью с эпизодами видео, вопросы читателей не анонимны, под каждым подписано конкретное имя и фамилия задавшего вопрос. Данный вид интервью является хорошо забытым, старым журналистским форматом, который часто использовался на телевидении. В газете «Бизнес online» работает смешанный коллектив из сильных журналистов, перекупленных из различных СМИ, в том числе и из телекомпании «Эфир», где каждую неделю шла передача «Прямая связь», в студию телекомпании приглашались мэр г. Казани, министры и даже Президент РТ. Но в интернет-СМИ такой формат используется впервые и любим читателями.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что использование оригинальных свойств интернет-СМИ в электронных газетах Татарстана осуществляется недостаточно. Редакционный маркетинг требует постоянных новшеств для удержания внимания читателя. Закон уникального торгового предложения действует и на интернет-СМИ, тем более что блоги уже во многом выполняют функции журналистики. Читатель ждет эксклюзивной информации, инфографики, актуального видео. По мнению медиа-исследователей, будущее за персонифицированной информацией: при помощи смартфонов компьютерные программы способны вычислить, где находится в данный момент читатель, а среда Интернет – предложить тематические, актуальные для индивида новости. Наиболее посещаемым СМИ останется то, которое будет постоянно совершенствоваться и отвечать запросам потребителя.



Примечание

- ¹ См.: «Сегодня главное – победить в информационной войне, а все остальное потом» // Деловая электронная газета Татарстана «Бизнес online». 08.02.2013. URL: <http://www.business-gazeta.ru/article/74773/> (дата обращения: 19.01.2014).
- ² Коллегия «Татмедиа» : между соцсетями и сетями киосков // Деловая электронная газета Татарстана «Бизнес online». 15.01.2014. URL: [http://www.business-gazeta.ru/article/95348/#prettyGallery\(gallery_46452\)/24/](http://www.business-gazeta.ru/article/95348/#prettyGallery(gallery_46452)/24/) (дата обращения: 19.01.2014).
- ³ Там же.
- ⁴ См.: Рейтинг самых цитируемы федеральных СМИ, ноябрь 2013 года // Информационно-аналитическая система «Медialogия» : [сайт]. 20.11.2013. URL: http://www.mlg.ru/ratings/federal_media/ (дата обращения: 19.01.2014).
- ⁵ См.: *Лукина М.* Технология интервью. М., 2003. С. 5.
- ⁶ См.: *Сәфәрова А.* Халык болай яратыр дип уйламаган идем // Республиканская электронная газета Intertat.ru. 1.07.2012. URL: <http://www.intertat.ru/tt/angama-tt/item/5778-albina-safarova-halyik-bolay-yaratyir-dip-uylamagan-idem.html> (дата обращения: 10.01.2014).
- ⁷ *Закирова Г.* Нишләп халык язучыларын ипләбрәк укымаска? // Республиканская электронная газета Intertat.ru. 9.01.2013. URL: <http://www.intertat.ru/tt/angama-tt/item/10203-gelysa-zakirova-nishlap-halyik-yazuchylaryin-iplabrak-ukyimaska?.html> (дата обращения: 10.01.2014).
- ⁸ *Якупов Р.* Гарри Поттер турында татарча язабыз // Республиканская электронная газета Intertat.ru. 13.01.2013. URL: <http://www.intertat.ru/tt/angama-tt/item/10416-rashat-yakupov-garri-potter-turyinda-tatarcha-yazabyiz.html> (дата обращения: 10.01.2014).
- ⁹ *Исмагилов А.* «Пятое колесо» : Все родилось в момент краха // Деловая электронная газета Татарстана «Бизнес online». 17.01.2013. URL: <http://www.business-gazeta.ru/article/73148/> (дата обращения: 10.01.2014).
- ¹⁰ *Хашимова З.* Самая дорогая отделка квартиры в Казани обошлась в 14 миллионов рублей // Деловая электронная газета Татарстана «Бизнес online». 17.09.2012. URL: <http://www.business-gazeta.ru/article/66344/> (дата обращения: 10.01.2014).