

В. Л. Рябічев,
канд. фіз.-мат. наук

УДК [007: 304: 070]: 316.77

Модель мережевого журналіста

У статті розглянуто професійні навички, необхідні мережевому журналістові, особливості подання ним матеріалу, робота з аудиторією, пошук та поширення інформації, безпека медіадіяльності та методи верифікації. Окремо проаналізовано роботу адміністратора соціальних медіа, питання представництва редакції у всесвітній павутині, нові можливості викладення матеріалу, методика оперативного розповсюдження останніх новин, поданих з точки зору нових медіа, які стрімко та потужно розвиваються в наші дні.

Важливими для цифрової журналістики є питання одночасної присутності редакції на багатьох платформах, охоплення різної за професійними, віковими, гендерними ознаками аудиторії, можливість використання різноманітних гаджетів для швидкого та безперервного передавання інформації, застосування гіпертекстового програмування для хайлайтингу, зосередження уваги аудиторії на окремих частинах тексту, залучення в процесі створення матеріалу хмарних технологій.

Проведено також порівняння з традиційними методами журналістики, розглянуто важливість професійної підготовки текстів. Наведено досвід використання відповідних методів та навичок провідними світовими виданнями та центрами журналістики.

Ключові слова: соціальні медіа, нові медіа, соціальні мережі, аудиторія, навички журналіста, інтернет-журналістика, соціальні комунікації, веб-програмування, адміністрування, мережева безпека, хмарні технології.

Вступ. Сучасний стан мережевої журналістики, рівень розвитку соціальних медіа вимагають від професійного журналіста справжньої універсальності. Непоодинокі випадки, коли репортер, перебуваючи далеко від редакції, працює одночасно і як документаліст, і як оператор, верстальник, редактор, фактично уособлюючи в собі всю редакцію. Тому важливо визначити певний перелік професійно важливих навичок, потрібних журналістові для ефективної роботи з цифровим контентом у всесвітній мережі. Завдяки стрімкому розвитку мобільних технологій весь час виникають нові можливості для поширення інформації на цифрових платформах. Часто треба передати матеріал у дуже стислий термін, оскільки він швидко стає неактуальним і потребує оновлення.

Поєднання навичок, прийомів і якостей, розглянутих у цій статті, мають на меті створення моделі універсального цифрового журналіста. Відповідність репортера цієї моделі допоможе йому перебувати попереду подій з точки зору цифрових інновацій, якнайефективніше використовувати новітні інструменти і методи та створювати найкращий якісний контент для своєї аудиторії.

Перелік навичок, поданий нижче, не є всеосяжним та остаточним. Звісно, є чимало інших корисних прийомів і методів, які не розглянуто в цій роботі. Проте, на нашу думку, запропоновані навички вважаються найважливішими в сучасному інформаційному світі.

Результати й обговорення. У разі стрімкого поширення певної новини в мережевому про-

сторі з високою ймовірністю виникнуть чутки, що її супроводжуватимуть і навіть спотворять. Іноді для збільшення кількості переглядів та підвищення рейтингу деякі інтернет-ресурси роблять додаткові інформаційні вкидання часто неперевіреної інформації. Особливо швидко такі чутки розповсюджують у соціальних медіа, з огляду на їх оперативність та широку аудиторію.

Професійний журналіст перед поширенням будь-якої інформації з мережевих ресурсів, а надто з різноманітних соціальних мереж, блогів, мікроблогів, відео- та аудіохостингів, повинен або власноруч перевірити інформацію чи за допомогою кореспондентської мережі, або дочекатися підтвердження з кількох незалежних джерел (бажано не менш ніж з трьох). Це треба робити, навіть нехтуючи оперативністю подання матеріалу. Вміння перевірити зміст, з'ясувати хронологію подій має бути однією з основних навичок репортера новітніх медіа. Встановити достовірність поширюваного контенту можна, скажімо, за допомогою встановлення дати зображення, співвідношення місця події та місця зйомки чи зробивши запит на отримання письмових свідчень про подію.

Події в Україні протягом 2014 р. яскраво довели необхідність перевірки та підтвердження будь-якої інформації з інтернет-ресурсів. Російські окупанти в інформаційній війні проти України широко використовують всілякі інформаційні вкидання, спотворення та перетворення матеріалів. Кремлівська преса поширювала



провокативні чутки, вигадувала події, яких не було, використовувала відео- та фотодокументи кількарічної давнини з воєнних сутичок в інших країнах. Під час війни з режимом Путіна перевірка інформації перед її поширенням набула найважливішого значення.

Такий підхід до роботи журналіст має вдосконалювати повсякчас упродовж своєї професійної діяльності. Для допомоги в цій роботі маємо низку інструментів. Наприклад, Google Image Search, Tin Eye чи Snopes. Згадані ресурси дозволяють провадити пошук зображень у всесвітній павутині та досліджувати особливості відеоматеріалу. Важливою є можливість використання пошукових інструментів на мобільних гаджетах, що значно скорочує термін верифікації інформації.

Для підтвердження інформації треба також використовувати мультіекранність чи багатоплатформність [1] мережових медіа, що дозволяє отримати підтвердження повідомлення з кількох незалежних джерел.

Водночас при поширенні зображальних матеріалів доброю звичкою для професійного репортера стає прикріплення до них мета- і геоданих, які полегшать іншим читачам перевірку запропонованої інформації. Для цього в рамках проекту Guardianproject.info було запропоновано спеціальну програму для мобільних пристроїв InformaCam [2].

Подання експертної та аналітичної інформації. Для побудови правильної стратегії редакції в соціальних медіа, підтримки зворотного зв'язку з аудиторією, визначення нових тем для висвітлення на сторінках видання потрібно знати аналітичні дані щодо кожної статті, розміщеної у мережі. Зокрема кількість переглядів сторінок, розмір постійної аудиторії та її географію тощо. Заради вдалого подання інформації треба також оптимально вибрати час для її розміщення, знати певні години доби, щоб обмінюватися контентом на визначених платформах. Такий підхід дозволить враховувати особливості споживання інформації різних за віковою, статевою та соціальною ознакою категорій читачів.

Знаючи статистику відвідування сторінки, легше зрозуміти тенденції розвитку аудиторії та соціальних медіа стосовно конкретного видання [3]. Правильно оброблена та продумана аналітика є важливим чинником у конкурентній боротьбі журналіста за аудиторію, а вміння чітко збирати її та коректно опрацьовувати буде важливою навичкою для кожного професійного медійника.

Поки що в мережі присутні безліч інструментів для вимірювання цих даних, починаючи від комерційних додатків сторонніх розробників, як, скажімо, Chartbeat, Omniture, і закінчуючи власними програмними аналітичними комплексами

таких відомих редакцій, як The Guardian і Forbes Медіа. Зі специфікою обробки інтернет-статистики в згаданих виданнях можна ознайомитися на одному із закордонних ресурсів [4].

Використання мобільних гаджетів. Щодня стає дедалі популярнішим використання смартфонів, планшетів, нетбуків та інших мобільних пристроїв у професійній діяльності журналістів і представників громадськості, що дозволяє обмінюватися контентом «на ходу», передавати новини в редакцію, перебуваючи в іншій частині земної кулі.

Рисунок 1.
Набір гаджетів, необхідних мережевому журналістові



Така дистанційна робота – далеко не новий тренд, але з появою новітніх технічних пристроїв збирання інформації навички та вміння легко і швидко записати, відредагувати й передати зображення, аудіо- та відеоматеріал стають одними з головних для сучасного репортера.

У 2013 р. агентство «Ассошіейтед Прес» використало потокове відео в режимі LIVE, яке отримало за допомогою додатку Bambuser, та поширило кадри після вибуху в Празі, BBC News, своєю чергою, за допомогою Instagram опублікували 15-секундне відео наслідків тайфуну на Філіппінах, а Sky News закликає власних кореспондентів бути готовими до прямих ефірів протягом 90 секунд за допомогою смартфонів та додатку Dejero.

У наш час мережевий журналіст повинен мати під рукою повний комплект мобільного обладнання для оперативної обробки матеріалу та негайної його передачі в редакцію. Один із можливих комплектів журналістського спорядження поданий на рис. 1.



Удосконалення навичок користувача. Події попередніх років довели важливість наявності користувачького досвіду в мережевого журналіста й особливо відповідних напрацювань, які в конкретній ситуації допомогли б швидко та правильно знайти всі рішення. Ця професійна тенденція матиме місце і найближчими часом. Репортерам теж потрібно добре орієнтуватись у світі сучасних гаджетів, які дозволяють зручно та швидко оцифровувати інформацію. Це означає, що слід випробовувати нові інструменти і платформи, які допомагають поліпшити вплив на аудиторію, починаючи з побудови інтерактивних рядків та зображень і закінчуючи повноцінними мультимедійними пакетами.

Затребуваними є журналісти, які враховують нові та значно ефективніші цифрові методи, які щойно з'явилися чи були проанонсовані.

У 2014 р. BBC одночасно з низкою британських видань, таких як: Trinity Mirror, Manchester Evening News, Liverpool Echo, the Newcastle Chronicle і the Western Mail, заявили про готовність до створення нового інноваційного оригінального контенту для мобільних та онлайн-пристроїв у форматі розмовних передач [5].

На момент анонсу директор цифрового видавництва Trinity Mirror Девід Гиггерсон (David Higginson) сказав, що метою головного редактора Елісона Гоу (Alison Gow) та його команди стане використання таких нововведень, які дозволяють знайти значно більше способів утримати аудиторію, що звертається до сторінок видання онлайн [6].

Уміння працювати з базами даних. Діапазон навичок журналіста в роботі з базами даних широко варіюється – від вміння працювати з простими офісними програмами, вибудовувати таблиці та прості лінійні графіки до більш прогресивних способів аналізу та представлення цифрової інформації, створення інтерактивних візуалізацій і додатків.

Для будь-якого репортера вміння швидко знайти готовий матеріал в наборі даних має, очевидно, вирішальне значення, і більшість професійних журналістів за будь-якої сприятливої нагоди намагаються провести відповідний аналіз. Наступним кроком є ефективне представлення результатів у вигляді тексту чи презентації в зручному та цікавому для читача вигляді на кількох платформах.

Для сучасного цифрового журналіста розуміння та використання широкого спектра інструментів, що є в розпорядженні редакції, ключові для роботи у всевітній павутині. У тому числі доконечними лишаються навички використання стандартних електронних таблиць та вміння працювати зі зведеними таблицями. Також у пригоді стають методики статистичної обробки інформації [7].

Уміння донести контент до аудиторії. Незалежно від того, чи має редакційна сторінка в соціальних медіа велику кількість читачів, чи користувачі тільки починають заходити на адресу видання у всевітній павутині, завжди треба думати про шляхи, якими журналістські матеріали потрапляють на очі читачеві, як вони досягають різних аудиторій.

Важливу роль у цьому питанні відіграють заголовки [8] та релевантні ключові слова. Найчастіше саме за ними читач шукає матеріал відповідної тематики. У мікроблозі Twitter потрібно привернути увагу аудиторії за допомогою 140 символів або відповідного зображення. Причому частину тексту часто займає гіперпосилання, що додатково ускладнює роботу автора. На допомогу в цьому разі приходять хештеги. Вони беруть свій початок ще з інтернет-чатів кінця 80-х рр. ХХ ст., які набули широкої популярності за допомогою соціальних медіа, зокрема Twitter, Facebook, Google+. Проте, на думку Сари Лейтнер (Sarah Laitner), редактора соціальних медіа у Financial Times, хештеги потрібно використовувати лише тоді, коли вони збагачують текст.

А ще важливо пам'ятати про чинник мультиплатформності [1]. Різні види спільнот, різні за складом, структурою, розмірами та вподобаннями групи читачів існують на різних платформах. Деякі поради були наведені на конференції BBC [9].

Результатом урахування цих вимог стає виробництво контенту, який добре структурований для пошуку та поширення, але з різними підходами до його представлення – залежно від можливостей екрану. Тому однією з головних навичок репортера стає вміння працювати в умовах мультиекранності [1] та утримання на своїх сторінках величезної аудиторії мобільних платформ насамперед для оперативного поширення новин.

Будьте активними в соціальних мережах. Журналісти дедалі частіше відчувають силу інтернет-спільнот, коли справа доходить до збирання інформації, думок, проведення опитувань. Але контент, який створюють читачі в соціальних медіа, можна використовувати ще ефективніше і зробити його значно важливішим, якщо ці спільноти стануть керованими та структурованими. Редакція повинна прагнути до максимального ефекту від своєї присутності в соціальних мережах, блогах, мікроблогах, різноманітних форумах тощо.

Наприклад, Twitter – не просто місце для трансляції, він потрібен, щоб заангажувати, поширювати, взаємодіяти. Трохи інші підходи можна застосувати, керуючись власною тематикою новин. Відомий журнал the Economist, на-



приклад, виявив, що його аудиторія в таких соціальних медіа, як Twitter, Facebook, Google+, найчастіше шукає інформацію за головним акаунтом @TheEconomist і рідше використовує субакаунти. На думку редактора спільнот Марка Джонсона (Mark Johnson), потрібно використовувати подвійну стратегію та збільшувати частоту звернень читачів до субакаунтів за рахунок, скажімо, більш творчих стилів.

При цьому важливим правилом залишається уважне ставлення до своєї спільноти в соціальних медіа, до свого кола читачів та фолоуверів.

Мережевому журналістові рекомендується використовувати не тільки найпопулярніші платформи Twitter і Facebook. Щоб відкрити для себе нову аудиторію, треба працювати також у спеціалізованих тематичних мережах, учасники яких можуть бути зацікавлені у певному змісті. І в таких спільнотах можна знайти свою цільову аудиторію або конкретних осіб.

Досвідчений мережевий адміністратор. Спілкуючись у різноманітних соціальних медіа, професійний репортер має не забувати про свій власний акаунт у кожному з них. В особистому профілі має міститися детальна інформація про журналіста, видання, яке він представляє, контакти для зворотного зв'язку. Слід називати також адреси акаунтів в інших соціальних медіа, де представлені матеріали редакції чи окремого фахівця. Приміром, у профілі, розміщеному в Twitter'і, мають бути актуальні контакти з Google+ і LinkedIn. Інформація в кожному з соціальних медіа повинна повсякчас оновлюватися.

Велику увагу слід приділяти впорядкуванню списку акаунтів інших джерел інформації, які пильнує мережевий журналіст.

Особливу роль у поширенні професійної інформації серед зацікавлених користувачів відіграє мережа LinkedIn. Цю платформу з часу створення було призначено для обміну контактами між фахівцями, тож вона часто допомагає знайти експерта з потрібного питання для участі, наприклад, в онлайн-конференції. Репортери, які багато років працюють у всесвітній павутині, мають десятки тисяч контактів з LinkedIn, що дозволяє оперативно отримувати експертну оцінку тієї або тієї події, аби об'єктивно сповістити про неї читачам. А ще зручним сервісом для мережевих журналістів може стати електронний порадишник IFTTT (ifttt.com).

Корисною звичкою є регулярне створення резервних копій потрібних сторінок з соціальних медіа та зберігання контенту із використанням хмарних технологій [1]. Це забезпечить доступ до потрібних матеріалів і за межами редакції, дасть змогу ділитися ними.

Безпека в мережі. Тема безпеки у всесвітній павутині з року в рік не втрачає своєї актуально-

сті. Коли ми говоримо про мережеву безпеку, маємо на увазі передовсім захист власних акаунтів від зламу та поширення від імені видання чи конкретного автора недостовірної інформації. Також мають бути захищені особисті дані власника профілю та дані зі списку контактів, який може зберігатися в особистому кабінеті того чи того соціального медіа. Завжди під загрозою хакерських атак перебувають як головні сторінки інтернет-видань, так і поштові скриньки окремих репортерів. Обережне поводження з паролями та обачливе їх використання під час роботи в сторонніх комп'ютерних системах та на інших гаджетах на 99 % захистить листування редакції чи журналіста від несанкціонованого оприлюднення.

Окрему увагу слід приділяти питанням обміну інформацією з іншими журналістами, надто якщо це стосується анонімної інформації.

Не треба нехтувати також і рекомендаціями виробників конкретного програмного забезпечення, наприклад, безкоштовних поштових сервісів, які часто вже наперед подбали про відповідний рівень безпеки.

Web-програмування. Додатковою умовою універсальності репортера є знання мови розмітки гіпертексту HTML та володіння хоча б однією із систем керування сайтом (CMS). Це дозволяє дистанційно, без допомоги редакції оновлювати сторінки новин та статуси в численних соціальних медіа. Причому такі популярні платформи, як Facebook та Twitter, дозволяють синхронізувати особисті статуси та оновлювати їх автоматично. Знання елементарних тегів дозволяє журналістові вигідно та читабельно подати свій матеріал аудиторії. Привернути увагу до конкретних фрагментів статті чи повідомлення, зосередити погляд аудиторії на окремих словах або реченнях. При цьому важливо не переобтяжувати текст зайвими кольорами чи форматуванням.

Усесвітня павутина вибудовується на гіпертексті, тому цю універсальність та поширеність html-тегів слід використовувати в будь-яких соціальних медіа під час розміщення повідомлень.

Хмарна журналістика. Використання хмарних технологій, про які вже згадувалося, дозволяє редакції значно пришвидшити роботу над конкретним матеріалом за рахунок одночасної співпраці кількох працівників. При цьому вони можуть перебувати в різних місцях земної кулі. Створення презентацій, наприклад, за допомогою хмарного інструментарію Prezi, дозволяє розміщувати матеріал одразу до Всесвітньої павутини, пов'язуючи його гіперпосиланнями з іншими хмарами, аудіо- або відеохостингами. До хмари можна додавати будь-які графічні та фотоматеріали, посилання на відео та акаунти в соціальних медіа. Ці технології дозволяють працювати в команді над створенням не тільки пре-



зентацій, а й будь-яких таблиць, публікацій, звичайних текстів. У довільний момент готовий матеріал можна миттєво поширити в соціальних медіа та на електронних сторінках мережевих видань. Використання хмарних технологій примушує репортера вправно володіти цілою низкою офісних, графічних програм та програм з обробки відеоматеріалу, точно відчувати момент, коли готовий продукт можна орилюднити.

Традиційна журналістика. Опановуючи нові навички мережевої журналістики, важливо пам'ятати, що всі вони тісно пов'язуються з методами роботи традиційної журналістики. Корисні напрацювання редакцій паперових видань треба адаптувати до цифрових. Такі речі, як гарний стиль, чіткий виклад матеріалу, об'єктивність і збалансованість поданих думок, були й залишаються актуальними як у традиційних, так і в новітніх медіа.

Повнота й оперативність подавання новин, як раніше, так і тепер підкреслюють професіоналізм репортера і стають визначальними чинниками комерційного успіху.

Вміння добре писати великі статті для блогів, сценарії онлайн-відео, інформаційні замітки на головній сторінці, поточні рейтинги або 140-символьні твіти цінуються і в сучасній цифровій мережевій журналістиці.

1. *Рябічев В. Л.* Мультиплатформна концепція в сучасній журналістиці // Наукові записки Інституту журналістики. – 2013. – Т. 52. – С. 98–101.

Ryabichev Vyacheslav. Model of network journalist.

In the article it is analyzed the skills necessary to a network journalist, namely the peculiarities of material presentation, work with the audience, search and sharing of information, security of media activity and methods of verification. It was conducted a separate analysis of the work of administrator of social media, the questions of representation of editorial office in the World Wide Web. The new opportunities of materials' posting, method of rapid dissemination of the latest news are represented from the point of view of the new media.

An important factor for digital journalism is the question of the simultaneous presence of editorial on the multiple platforms; coverage of the audience which is different under its occupational, age, gender identity; use of various gadgets for quick and smooth transfer of information; possibility of use of hypertext programming for highlighting; audience focus on specific parts of the text, involvement into creation of the material of cloud technologies.

Also it was conducted the comparison of use of appropriate methods and skills by the leading world editions and training centers for journalists.

Keywords: social media, new media, social networking, audience, skills of journalist, online journalism, social communication, web programming, administration, network security, cloud technologies.

Рябічев В. Л. Модель сетевого журналиста.

В статье рассмотрены профессиональные навыки, необходимые сетевому журналисту, особенности подачи им материала, работа с аудиторией, поиск и распространение информации, безопасность медиадетальности, методы верификации. Отдельно проанализирована работа администратора социальных медиа, а также вопросы представительства редакции во всемирной паутине, новые возможности изложения материала, методика оперативного распространения последних новостей, представленных с точки зрения новых медиа, которые стремительно развиваются в наши дни.

Важными для цифровой журналистики остаются вопросы одновременного присутствия редакции на многочисленных платформах, охвата разной по профессиональным, возрастным, гендерным признакам аудитории, возможность использования гипертекстового программирования для хайлайтинга, сосредоточения внимания аудитории на отдельных частях текста, вовлечение в процесс создания материала облачных технологий.

Также проведено сравнение использования соответствующих методов и навыков ведущими мировыми изданиями и центрами подготовки журналистов.

Ключевые слова: социальные медиа, новые медиа, социальные сети, аудитория, навыки журналиста, интернет-журналистика, социальные коммуникации, веб-программирование, администрирование, сетевая безопасность, облачные технологии.

2. *The Guardian Project* [Електронний ресурс]. – URL: <https://guardianproject.info/2012/01/20/introducing-informacam> (07.12.2014).

3. *Рябічев В. Л.* Сучасний стан розвитку мережних ЗМІ: європейський досвід та українська практика / В. Л. Рябічев, Ю. М. Нестеряк, Н. О. Ілляк // Інформаційне суспільство. – 2013. – № 17. – С. 5–10.

4. *Graham Tackley, Chris Moran, Lewis D'Vorkin* Data decisions: How the Guardian and Forbes built custom analytics platforms [Електронний ресурс]. – URL: <http://www.mp3downloadsite.com/download/mp3/124656480/data-decisions-how-the.html> (07.12.2014).

5. *James Harding* BBC News and Current Affairs – Our stories [Електронний ресурс]. – URL: <http://www.bbc.co.uk/mediacentre/speeches/2013/james-harding.html> (07.12.2014).

6. *Trinity Mirror* announces digital content innovation team [Електронний ресурс]. – URL: <http://www.trinitymirror.com/pressrelease/trinity-mirror-announces-digital-content-innovation-team/1981> (07.12.2014).

7. *Fletcher H Ibsen* Statistics 2, 001|Fall 2009|UC Berkeley [Електронний ресурс]. – URL: <https://itunes.apple.com/itunes-u/statistics-2-001-fall-2009/id354822870?mt=10#ls=1> (07.12.2014).

8. *Рябічев В. Л.* Особливості використання заголовків в мережних ЗМІ / В. Л. Рябічев, О. В. Закірова, Є. О. Каранов // Наукові записки Інституту журналістики. – 2010. – Т. 39. – С. 59–61

9. *#SocialMediaWhatsTrending* videos [Електронний ресурс]. – URL: <http://www.bbc.co.uk/academy/work-in-broadcast/events/article/art20131022083802085> (07.12.2014).

Подано до редакції 15. 10. 2014 р.