

Н. А. Виговська,  
аспірантка

УДК 007: 304: 070

## Використання мультимедійних технологій під час створення контенту в регіональних медіа (на прикладі запорізьких ЗМІ)

У статті досліджується тема використання мультимедійних технологій в ЗМІ та розглядаються найпоширеніші інструменти мультимедіа, що застосовуються під час створення контенту в регіональних медіа різних типів.

**Ключові слова:** мультимедіа, контент, регіональні ЗМІ.

**Т**ема взаємозв'язку розвитку інформаційного суспільства, стрімкого поширення мультимедійних технологій і, як наслідок, змін в установлених підходах до функціонування медіа та нових засобів масової комунікації на сьогодні є вкрай важливою для розуміння сучасного стану і перспектив розвитку українських засобів масової інформації. Мультимедійність як майбутнє медіа, трансформація потреб аудиторії, нові вимоги до мас-медіа неодноразово розглядалися в дослідженнях В. Кіхтана [1], К. Карякіної [2], М. Маклюєна [3], С. Куїнна та В. Філака [4].

На необхідності впровадження в практику засобів масової інформації інноваційних підходів до створення та передачі контенту, пошуку нових форм і методів співпраці медійника з аудиторією у своїх роботах наголошували Р. Крейг [5], А. Качкаєва [6], М. Дьюз [7] та ін. Тим не менше, в Україні практично не існує досліджень, що визначають та систематизують основні мультимедійні технології, які застосовуються в регіональних редакціях різного типу. Таким чином, *актуальність* цього дослідження зумовлена стрімким розвитком інформаційних технологій, новими потребами суспільства в контексті сучасних вимог аудиторії та необхідністю вивчення теми використання мультимедійних інструментів як загальнонаціональними медіа, так і регіональними редакціями зокрема.

*Мета* цієї роботи полягає у спробі відстежити та узагальнити мультимедійні інструменти, що застосовуються сучасними ЗМІ під час створення контенту в контексті прогресивних підходів до роботи, а також визначити ступінь використання регіональними редакціями мультимедіа технологій.

Вислів «нові медіа» почали вживати ще у 60-х рр. минулого сторіччя. Це поняття означало розмаїття нових прикладних комунікацій-

них технологій. «Революція комунікацій, – зауважує Д. Мак-Квейл, – про яку почали говорити в другій половині ХХ століття, ґрунтувалась на двох головних нововведеннях. Одне з них – супутникова комунікація, друге – комп'ютер» [8, 36]. Уже через тридцять років, з початку 1990-х рр., футурологи, технологи та медіамагнати почали не просто плекати мрію про зближення комп'ютерів, інтернету та засобів інформації, а й працювати для досягнення цієї мети. Результатом зближення, говорить М. Кастельс, мала стати «мультимедіа», а її матеріальним втіленням – магічна скринька, «що вміщувалася б у нашої вітальні та могла за нашою командою відкрити глобальне вікно нескінченних можливостей інтерактивного спілкування у відео, аудіо та текстовому форматах» [9, 188].

Тож наразі ми можемо вже говорити про стале місце мультимедійних технологій як в суспільстві загалом, так і в медіа різних типів зокрема. Засоби масової інформації фактично перестали існувати як автономний централізований суспільний інститут. Вони перейшли від інформування до комуніціювання, в мас-медіа міцно увійшов інтерактив як один з основних принципів роботи будь-якого видання. Звичайно, важливу роль у цьому процесі відіграв інтернет. У перші роки свого життя, вважає О. Калмиков, він був іграшкою для досить вузького кола фахівців. Публікації в ньому ігнорувалися традиційними ЗМІ. Фактично інтернет на перших порах перебував у зоні інформаційного андеграунду. Але його вплив на офіційні інформаційні структури був настільки значний, що вони почали змінюватися тільки тому, що десь поруч існував інтернет. Він перетворив ЗМІ фактом свого народження, і принципи, що лежать в основі функціонування інтернету, почали перетворювати структуру ЗМІ [10, 24].



Саме інформаційно-комунікаційні технології, підтверджує цю думку К. Карякіна, змінили саму природу журналістики, спонукали розробити нову структуру медіасистеми, внесли зміни у формати та шкалу професійних пріоритетів і стандартів написання текстів [2, 128]. Адже формування ефективного інформаційного простору передбачає активне використання телекомунікаційних систем і мереж інформаційного обміну, широкомасштабну комп'ютеризацію процесів оброблення інформації у всіх сферах діяльності [1].

Що ж таке «мультимедіа»? Взагалі мультимедіа з'явилося досить давно, по суті з появою писемності, наголошує А. Качкаєва. Саме собою слово «медіа», якщо абстрагуватися від занадто наукових пояснень, означає «спосіб комунікації», тобто процес передавання інформації, а не ЗМІ, як його трактують різні перекладачі [6, 13]. Підтверджують ідею давнього «народження» мультимедіа М. Лукіна та М. Фомічова, зазначаючи, що принципи мультимедійності виникли набагато раніше, ніж з'явився інтернет. Насправді від номомедійності відійшли газети, коли, крім вербального тексту, стали публікувати спочатку графіки і фото. Радіо з самого початку використовувало дві знакові системи для передавання інформації: вербальну і звукову. У телемовленні додався ще й відеоряд. Фактично телебачення є каналом, в якому здійснюється передавання на великій відстані вербальних текстів, звуку і відеоряду, фото, графічних зображень (статичні і рухливі), анімації. Однак, наголошують дослідники, на відміну від інтернету, телемультимедійність – лінійна, коли всі знакові форми використовуються в одному часовому діапазоні. Новий канал передавання інформації завдяки своїм технічним можливостям може використовувати мультимедіа в повному обсязі [11, 76–77].

Тож всерйоз говорити про мультимедіа почали у зв'язку з прогресом саме комп'ютерної техніки, комп'ютерних носіїв та комп'ютерних мереж як способу трансляції. Тільки ці технології дали змогу об'єднати всередині одного носія, наприклад, компакт-диска, раніше нез'єднувальні засоби комунікації – візуальні, текстові та звукові. Сьогодні, зазначає А. Качкаєва, «через Інтернет, електронну пошту, телевізійну кабельну мережу або просто на компакт-диску можна з однаковою легкістю отримувати доступ до текстової, візуальної та звукової інформації. І це вже не просто спосіб передачі інформації. Це середовище, в якому відео стає продовженням тексту, а звук ілюструється картинками» [6, 15].

Зазвичай, говорить В. Кіхтан, мультимедіа визначають як сплав всіх існуючих текстових, ілюстративних, аудіо- та відеотехнологій. Тобто

мультимедіа є посередником у передаванні інформації через впровадження в усі існуючі технічні засоби, для якого характерне стирання кордонів між масовим та індивідуальним спілкуванням [1].

М. Дьюз надає більш деталізоване визначення «сутності мультимедіа в журналістиці». *По-перше*, це подання пакета новин на сайті з використанням двох або більше медійних форматів, таких як усне і друковане слово, музика, відео і фото, графічна анімація, а також інтерактивні та гіпертекстові елементи. *По-друге*, під мультимедіа розуміється інтегрована (хоча й не обов'язково синхронна) презентація пакета новин за допомогою різних засобів, таких як: сайт, електронна пошта, SMS, MMS, радіо, телебачення, телетекст, друковані газети і журнали (іншими словами, «горизонтальна інтеграція засобів подачі новин») [7].

Отже, які мультимедіаінструменти є в руках нинішньої сучасної журналістики? К. Вейлер, Р. Маузер виокремлюють такі засоби передавання інформації: текст – одноразово передає небагато інформації, але використовує силу інших елементів (фото, звуки та ін.); фото – представляє деталі подій за допомогою їх наочної фіксації; звук – впливає емоційно і посилює вплив текстів, фото або відеосюжетів; відеосюжети – теми, що освітлюються в фоторяді, можуть бути представлені у відеороликах; анімація – під час завантаження вимагає більшої потужності, є ерзацем відео [12].

О. Калмиков, Л. Коханова виокремлюють такі основні комунікаційні технології: інформаційні (мовні) технології, коли завдання видання полягає в інформуванні відвідувачів (новинні стрічки, збірники оглядів, щоденники); інтерактивні технології, коли видання орієнтоване на максимально можливе включення відвідувачів у публіцистичний процес (форуми, чати і система коментарів); комунікаційні технології, коли видання організує веб-спільноти (кільця) сайтів; фото-, аудіо-, відеотехнології – використовується візуальний і аудіальний канали публікації та взаємодії (фоторепортажі, слайд-фільми, радіо, телебачення); анімаційні flash-технології – як інформаційний носій використовується інтерактивна векторна графіка у форматі flash (приклад – Масяня) [10].

А. Качкаєва визначає такі мультимедійні інструменти, які розширюють можливості традиційного способу взаємодії користувача і «медіума»: новий метод читання, що передбачає полегшене «пролистування» новин, швидке переміщення між новинами, коментарями, рубриками, швидке потрапляння до уточнювальних чи інших елементів, що досягається за рахунок гіпертекстових посилань. Кастомізація послуг – можливість налаштувати інтерфейс під себе і



вибрати цікавий зміст. RSS і підкаст дають змогу завантажити на мобільній пристрій певний контент, налаштувати конкретні стрічки новин (за тематикою) таким чином, щоб вони відображалися в першу чергу, підписатися на новини за темою, вибрати свій регіон для відображення інформації про погоду або ситуацію на дорозі. Чимало сучасних мультимедійних ЗМІ дають можливість на основі пароля і логіна отримати доступ до структурованої «під себе» інформації, особового архіву, що складається зі статей та перекладів ЗМІ.

Створення при інформаційних редакціях пулу громадських експертів серед аудиторії та звернення до них за коментарями, інтерактивні формати передач за участю, наприклад, клубу привілейованих слухачів, використання контенту, створеного самими користувачами, – ще один пласт мультимедійних технологій. Чимало традиційних медіа вже сьогодні перейшли на розміщення відео і публікацію фотографій, зроблених самими користувачами на їхні мобільні телефони.

Додаткові інструменти: надання користувачам можливості залишати коментар, який одразу ж стає загальнодоступний, завдяки чому масова комунікація немов зливається з індивідуалізованою; формування контенту самими користувачами, коли вони самі розміщують свої новини, а на основі результатів голосування за цими новинами відбувається їх розміщення в ієрархії новин; налагодження на основі інтерактивного медіасередовища постійного зв'язку між індивідом і суспільством шляхом створення спільнот на основі взаємодії користувачів в інтерактивних онлайн-ових середовищах (наприклад, форуми, блоги); участь користувачів у голосуваннях; поєднання простого спілкування з комунікацією в соціальних мережах. Отже, різні поєднання таких інтерактивних форматів дають можливість інтернет-сайтам традиційних ЗМІ перетворитися, *по-перше*, на майданчики для обговорень, *по-друге*, на звичайні інформаційні ресурси, *по-третє*, на соціальні мережі і, *по-четверте*, на чудовий спосіб формування та доповнення змісту традиційних ЗМІ [6, 42–45].

Аналіз запорізьких медіа показав: мультимедійні технології широко застосовують далеко не всі регіональні редакції. На власних інтернет-сайтах друкованих ЗМІ превалує переважно калькований із газет контент (наприклад, щотижневик «Субота плюс», «МИГ», «Острів Свободи», щоденна газета «Індустріальне Запоріжжя»). Частково мультимедійні засоби у вигляді flash-технологій, що дають змогу читати паперовий варіант газети «онлайн» та розміщувати рекламні матеріали, застосовують щотижневики «МИГ», «Прав.Да». Також тільки на дея-

ких запорізьких сайтах – як друкованих, так і інтернет-ЗМІ – використовується функція RSS-розсилок (зокрема газети «МИГ», «Прав.Да», «Искра», інтернет-сайти reporter.zp.ua, zp.comments.ua). Ресурси reporter.zp.ua, zp.comments.ua, timeszp також інтегровані з новинними агрегаторами Yandex, Google, Ukrnet. Тільки на окремих сайтах добре розвинена система коментування та онлайн-опитувань («МИГ», «Искра», reporter.zp.ua). Наприклад, на reporter.zp.ua та zp.comments.ua для ведення дискусій використовується система Disqus, пошук по сайту reporter.zp.ua реалізовано на пошуковому механізмі Sphinx Search, що дає можливість враховувати під час пошуку словоформи (відмінки, відмінювання, однокореневі слова, автоматично виправляти прості помилки). Більшість медійних інтернет-сайтів формально інтегровані в соціальні мережі.

Лише на кількох сайтах існують блоги або «колонки авторів» («Субота плюс», «МИГ», інтернет-ресурс raportikon.org) та форуми (сайт газети «Искра», інтернет-сайти reporter.zp.ua, zp.comments.ua). Частина сайтів розміщують відео, використовуючи для цього Youtube (reporter.zp.ua, zp.comments.ua). Лідери регіону серед друкованих ЗМІ – газети «Субота плюс», «МИГ» – поки що цим сервісом не користуються. Телеканал «Алекс» дублює випуски новин у вигляді окремих сюжетів на власному сайті alextv.zp.ua, на сьогодні зберігаючи відео на власному сервері. Серед мультимедійних інструментів на сайті можна відзначити періодичне ініціювання онлайн-трансляцій, що стосуються місцевих подій.

Якщо зупинитися на розгляді мультимедійних навичок безпосередньо журналістів, то переважна більшість запорізьких медіа дотримуються традиційного розподілу функцій під час створення контенту. Практично всі редакції мають штатного фотокореспондента, на якому лежить основна функція забезпечення фотоілюстративного матеріалу. Недостатнє технологічне обладнання більшості редакцій не дає можливості створювати актуальні відеоматеріали, зокрема й для розміщення на своїх мережевих платформах. Тільки деякі журналісти мають власні фотоапарати з функцією відео. Однак розміщення ж власного відео та фото без жорсткої ієрархії традиційного редагування можливе вкрай рідко. Зокрема найбільш оперативне та актуальне відео, часом отримане від свідків подій, з'являється по суті тільки на сайті reporter.zp.ua та іноді на молодіжному сайті porogy.zp.ua.

Отже, проведений аналіз дає змогу зробити такі *висновки*: незважаючи на інтенсивний розвиток інформаційних та мультимедійних технологій у світі та розпочатий еволюційний процес перетворення традиційних ньюзрумів на мульти-



медійні, на сьогодні в регіональних редакціях рівень змін та запровадження в практику мультимедійних технологій недостатній і, можна сказати, перебуває на початковому етапі. З іншого боку, вже можна говорити про те, що неминучі трансформації в суспільстві, що стосуються глобального стратегічного сприйняття, вже впливають на зміну підходів регіональних редакцій до питання створення та розповсюдження контенту, використання сучасних інформаційних технологій у повсякденній праці та формування якісно нового сприйняття ролі сьогодишніх медіа в структурі суспільства. Усе це дає підстави стверджувати, що тема практичних змін, які призведуть до якісних перебудов у регіональних редакціях у контексті створення мультимедійних чи конвергентних ньюзрумів, тільки починає досліджуватися і має великі перспективи. Дослідникам ще необхідно визначити чинники, що перешкоджають еволюції регіональних медіа, та віднайти способи їх подолання. Але вже сьогодні можна впевнено сказати: еволюційний процес перетворення традиційних регіональних редакцій все-таки розпочався, хоч і відбувається нерівномірно.

1. *Кіхтан В. В.* Інформаційні технології в журналістиці. – Ростов н/Д. : Фенікс, 2004. – 160 с. – (Серія «Вища освіта»).

2. *Карякина К.* Мультимедиа как фактор трансформации современной медиаиндустрии: генезис и развитие новых СМИ // Сборник Лаборатории медиакультуры, коммуникации, конвергенции и цифровых технологий. Интернет и интерактивные электронные медиа: исследования. Ч. 1. Трансформация глобального информационно-коммуникационного простран-

ства в интернете / [под ред. И. Засурского]. – М. : Изд-во МГУ, 2007. – 262 с.

3. *Маклюэн Г.* Понимание медиа: Внешние расширения человека / Г. Маклюэн ; [пер. с англ. В. Николаева]. – М. ; Жуковский : КАНОН-пресс-Ц ; Кучково поле, 2003. – 464 с.

4. *Quinn S.* Convergent Journalism: An Introduction / Quinn S. and Filak Vincent. – 2005. – USA : Elsevier.

5. *Крейг Р.* Интернет-журналистика. Работа журналиста и редактора в новых ЗМИ / Р. Крейг ; [пер. з англ. А. Щенко]. – К. : ВД «Києво-Могилянська академія», 2007. – 324 с.

6. *Журналистика* и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / [под ред. А. Г. Качкаевой]. – М., 2010. – 200 с.

7. *Дьюз М.* Что такое мультимедийная журналистика? [Электронный ресурс] // Редакторський портал. – 2010. – 18 черв. – URL: <http://www.redactor.in.ua/internet/322.html>.

8. *Мак-Квейл Д.* Теорія масової комунікації / Д. Мак-Квейл ; [пер. с англ. О. Вольна, Г. Сташків]. – Львів : Літопис, 2010. – 538 с.

9. *Кастельс М.* Интернет-галактика. Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства / М. Кастельс ; [пер. с англ. А. Ганиш, А. Волкова]. – К. : Ваклер, 2007. – 304 с.

10. *Калмыков А. А.* Интернет-журналистика : учеб. пособ. для вузов / А. А. Калмыков, Л. А. Коханова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 383 с.

11. *СМИ* в пространстве Интернета : учеб. пособ. / М. Лукина, И. Фомичева. – М. : Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2005. – 87 с.

12. *Вейлер К.* Сетевые СМИ – другая журналистика. [Электронный ресурс] / К. Вейлер, Р. Маурер // БГУ Институт журналистики. – 2000. – URL: [http://www.journ.bsu.by/index.php?option=com\\_remository&Itemid=108&func=startdown&id=85](http://www.journ.bsu.by/index.php?option=com_remository&Itemid=108&func=startdown&id=85).

Подано до редакції 07. 05. 2012 р.

### **Vyhovska Nataliya. The use of multimedia technologies in the course of content creation in the regional mass media (the case of Zaporizhzhya mass media).**

The article investigates the topic of use of multimedia technologies in mass media. It examines also the most widespread multimedia tools used in the course of content creation in the regional media of different types.

**Keywords:** multimedia, content, regional mass media.

### **Виговская Н. А. Использование мультимедийных технологий во время создания контента в региональных медиа (на примере запорожской СМИ).**

В статье исследуется тема использования мультимедийных технологий в СМИ и рассматриваются самые распространенные инструменты мультимедиа, которые используются при создании контента в разных типах региональных медиа.

**Ключевые слова:** мультимедиа, контент, региональные СМИ.