

ИНТЕРАКТИВНОСТЬ ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛИСТИКИ: ЧИТАТЕЛЬ КАК ИСТОЧНИК ИНФОРМАЦИИ И КРИТИК

М. Ю. Орлова,
информационный редактор
ООО «ГК «Медиалайн»
m.orlova@list.ru

Аннотация. Данная статья посвящена анализу возможностей, которые открываются перед интернет-СМИ за счёт их интерактивности. Здесь рассмотрена роль читателя в функционировании информационного портала. Автор приводит возможные методы использования интерактивности с целью повышения качества медиа-продукта.

Ключевые слова: интернет, портал, средства массовой информации, читатель, информация

INTERACTIVITY OF ONLINE-JOURNALISM: A READER AS A SOURCE OF INFORMATION AND CRITIC

M. Yu. Orlova,
Information editor
“CG “Medialine”

Abstract. This article is devoted to the analysis of opportunities which open before internet mass-media due to their interactivity. Here we examined the role of the reader in the functioning of the information portal. The author provides possible methods of using interactivity to improve the quality of the media product.

Keywords: Internet portal, media, reader, information

Интернет-журналистика обладает набором специфических свойств. Александр Калмыков и Людмила Кохановасчитают её качественно новым культурным и цивилизационным феноменом [1]. В условиях интенсивного распространения сетевых технологий в социуме конкуренция среди веб-изданий ужесточается. В борьбе за аудиторию, как правило, приходится делать ставку либо на оперативность, либо на качество. Но это тема для отдельного материала.

Итак, если редакция интернет-портала ставит во главу угла качество, он, вероятно, будет уступать в оперативности ряду конкурентов, публикующих официальные пресс-релизы и формирующими свой контент исключительно на основе общедоступных источников. Это объясняется тем, что на проверку, уточнение и более детальную проработку информации требуется время. Это очевидно. Однако в сфере интернет-СМИ важную роль играют даже минуты. В такой ситуации главный способ удержать читателя – увеличение доли

эксклюзивных материалов, интересных пользователям. Здесь на помощь приходит интерактивность.

Как справедливо отмечает Светлана Машкова, погружение журналистики в интернет позволяет обеспечить эффективную обратную связь с аудиторией [2: 12]. За счёт этого становится возможным понимание потребностей посетителей конкретного информационного сайта. В результате интерактивность наделяет читателя двумя основными функциями: он выступает источником информации и критиком.

Для обеспечения контакта с аудиторией на интернет-порталах, как правило, предусмотрена возможность комментирования журналистского материала. Интерактивность возможна и в отношении печатных изданий, а также в отношении радио- и тележурналистики, но в мировой паутине она более оперативна. А именно: редактор информационной ленты может быстро среагировать на отклик читателя. Например, пользователь задаёт уточняющий вопрос – таким образом он даёт понять, какой аспект темы ему особенно интересен. Это может стать посылом для создания нового материала. Журналист обращается к экспертам для получения ответа на вопрос читателя, а затем трансформирует информацию в очередной пост.

Также пользователи могут оставлять в комментариях собственное мнение о некотором событии или явлении, которое освещается в материале. Это даёт возможность изучить позицию аудитории по теме данного информационного сообщения. В свою очередь, общественное мнение становится инфоповодом: оно может быть противопоставлено точке зрения местных властей, экспертов и самой редакции портала.

Комментарий читателя может относиться не к содержанию материала, а к работе журналиста. В таком случае контакт с аудиторией сводится к указанию на неверный, по мнению комментатора, подход к подаче информации, неточность сведений, ошибки или опечатки. Это также играет важную роль в работе над качеством информационной заметки. Если речь идёт об опечатке, редактор ленты материалов может внести поправки. При этом для обеспечения качественного и эффективного контакта с аудиторией важно поблагодарить комментатора за замечание. В некоторых случаях комментарии подобного рода могут стать толчком для дальнейшей работы над качеством контента.

Итак, в современных реалиях информационного поля одним из факторов, обуславливающих качество СМИ, является его интерактивность. Именно в интернет-пространствеё следует использовать максимально. Соответственно, возможности комментирования для читателя может быть недостаточно. Помимо этого важно стимулировать пользователей интернет-портала сообщать новости и делиться своим мнением. В первом случае решением может стать «кнопка «Поделиться новостью»» на главной странице сайта, указание контактных данных – электронной почты, телефона и адреса. Во втором случае это проведение опросов и создание рубрики из разряда «колонка редактора».

Каковы тенденции использования этих приёмов? В случае с «кнопкой» и указанием контактных данных нельзя сказать, что аудитория сейчас очень активна. Это связано с отсутствием веры в то, что что-то можно изменить.

Кроме того, причиной недостаточной активности является недостаточное развитие гражданского общества. Тем не менее, использовать эти приёмы повышения интерактивности необходимо: они позволяют сократить дистанцию между читателем и порталом. В таком случае в наше время одна из задач журналиста интернет-СМИ, в целом, изменить позицию аудитории примерами и действиями, побудить общество участвовать в решении проблем местного уровня. Это может быть не на месте установленный дорожный знак, неработающий фонтан или куча мусора. Как правило, с помощью материала, подготовленного на основе обращения читателей, информация о проблеме достигает властей.

При использовании приёмов опроса или «колонки редактора» имеет место попытка вызвать аналитический отклик аудитории. В первом случае важно не просто собрать эмпирический материал, но и представить его анализ в виде ответного материала. При этом для того, чтобы повысить уровень доверия к выводам, необходимо обратиться за комментариями к экспертам. С помощью опросов, как способа реализации качества интерактивности, в арсенале журналиста появляются данные, отображающие общественное мнение по какому-либо вопросу, что, в свою очередь, выступает в качестве фактуры при подготовке материала. В таком случае со стороны читателя возникает интерес: он принял участие в опросе – согласны ли с ним большинство? Это напоминает диалог между СМИ и читателем.

«Колонка редактора» – это способ формирования общественного мнения с одновременным своего рода вызовом пользователю. В отличие от теле-, радио- или печатных СМИ в интернет-пространстве читатель может публично высказать своё мнение – согласие или несогласие с позицией автора. В результате мы снова получаем диалог с аудиторией.

В отношении приёмов «аналитической» работы с аудиторией сегодня можно отметить низкую активность их применения со стороны СМИ, по крайней мере, на уровне местных и региональных интернет-изданий. И если некоторые порталы размещают опросы, то редко, по их итогам готовят аналитические материалы. «Колонка редактора» встречается и того реже, как правило, в блогах, которые в большинстве случаев размещаются в соцсетях.

Таким образом, интерактивность интернет-СМИ представляет собой поле для работы над качеством. Кроме того, здесь открываются дополнительные возможности для вовлечения читателя в процесс работы журналиста.

Литература

1. Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.evartist.narod.ru/text16/022.htm>
2. Машкова С.Г. Интернет-журналистика: учебное пособие. – Тамбов: Изд-во тамб. гос. техн. ун-та, 2006.