

УДК 378.147

Єфремова О.В.

старший викладач кафедри соціальних комунікацій

МОБІЛЬНА ЖУРНАЛІСТИКА ЯК НЕВІД'ЄМНА ЧАСТИНА ЯКІСНОЇ ПІДГОТОВКИ СТУДЕНТІВ-ЖУРНАЛІСТІВ У ЦИФРОВУ ЕПОХУ

Бурхливий розвиток цифрової промисловості безпосередньо істотно впливає на засоби масової інформації та журналістику в цілому. Очевидно, що для якісної роботи в ЗМІ сьогодні журналістам недостатньо лише вміти писати текст. Робота сьогоднішнього співробітника медіа немислима без володіння технікою та технологіями, які використовуються для створення складного мультимедійного контенту.

Сьогодні аудиторія завдяки використанню гаджетів включається в потоки інформації незалежно від часу і місцезнаходження. Це призвело до того, що потреба в актуальній інформації стала вкрай гострою.

Сучасний фахівець у галузі медіа вже не просто універсальний журналіст, а багатогранна та багатофункціональна особистість, яка володіє новітніми технологіями (зйомка інтерв'ю та репортажів, редагування вихідного відеозапису, монтаж та інше). Створення подібних матеріалів належної якості найбільш успішно здійснюється у контексті нового напрямку творчої діяльності спеціалістів медіа – «мобільної журналістики». Слід зазначити, що контент, створений за допомогою спеціальних додатків, смартфонів і планшетів, все частіше не поступається відео та фото, знятим на професійне обладнання, що дозволяє більш ефективно задовольнити потреби аудиторії, що зростають, саме в мобільному контенті. При цьому зросли і монтажні можливості смартфонів. Це перетворює журналіста з власне тільки репортера, на також монтажера, звукоінженера, оператора.

Звертаючись до термінології «мобільна журналістика» або «моґо», зауважимо, що дослідники медіа дають визначення, яке трактується як створення аудіовізуального контенту за допомогою мобільних пристроїв [6]. Актуальність цього явища зросла з збільшення кількості користувачів гаджетів, зокрема серед співробітників медіакомпаній.

Термін «мобільна журналістика» був придуманий прабатьками #Mojo, такими як австралійський журналіст Іво Бурум, автор книги «Підручник з мобільної журналістики», або Глен Б. Малкехі, який працює технічним інноватором на ірландському суспільному мовнику RTÉ, а у 2015 році започаткував «Конференцію з мобільної журналістики» в Дубліні.

Так, відомий німецький журналіст Бйорн Сташен вважає, що «тепер мобільна журналістика стає оперативнішою та менш кошовною. Тепер журналіст має сам повністю займатися технічним забезпеченням репортажу. І ці зусилля забирають годину від власне журналістської роботи. Хоча переваг значно більше. При цьому смартфони стали важливим не лише виробником, а й джерелом новин для аудиторії» [1].

Серед переваг мобільної журналістики – економія коштів на покупку великогабаритного обладнання, швидка публікація новин, можливість працювати

віддалено, зручність переміщення інструментів зйомки, а також можливість створювати особисті історії.

До недоліків «мобільної журналістики» слід віднести: технічні особливості відеоматеріалу (не всі матеріали тожо можуть бути адаптовані до екрану телевізора); можливе скорочення штату редакції (через те, що роботу цілої команди може здійснити один журналіст); якість візуальної та звукової складових при роботі з контентом користувача.

Як би там не було, мобільні цифрові технології дають медіа величезні переваги, тому журналісти, які їх використовують, з ентузіазмом дивляться в майбутнє.

Як показують дослідження, значно збільшилася частка користувачів mobile only, які виходять в інтернет тільки зі смартфонів. Цей тренд набрав чинності у 2017 р. Динаміка розвитку мобільного інтернету вражає. У багатьох онлайн-ЗМІ частка відвідування сайтів із мобільних пристроїв вже перевищує 75%. Згідно зі статистикою Google, середній користувач інтернету близько 150 разів перевіряє свій смартфон і витрачає на це 177 хвилин щодня. Сучасним читачам відкрито різні мобільні канали доступу до інформації. Значна частина користувачів інтернету вже відмовилася від desktop-комп'ютерів.

З цього приводу кілька років тому дуже точно висловився відомий американський підприємець, генеральний директор компаній SpaceX і Tesla Ілон Маск: «Адже ми й так вже практично кіборги. Телефон, комп'ютер – це ваше продовження. Але ваша взаємодія відбувається за допомогою рухів пальців чи мови, а це дуже повільно. Керований мозком інтерфейс з'явиться, гадаю, через чотири-п'ять років».

Однією з перших книг-монографій, присвячених мобільному телефону, була книга американського професора з Фордхемського університету (Fordham University) у Нью-Йорку Пола Левінсона «Стільниковий телефон» [4]. У цій книзі головна увага приділяється різним аспектам мобільного телефону. Автор приділяє особливу увагу користі мобільного телефону для журналіста та називає цього журналіста «журналістом мобільного телефону». Автор говорить про інформацію в русі, про доступ до глобального Павутиння, про мобільну уяву.

На початку листопада 2019 р. на офіційному сайті BBC був опублікований матеріал "Canal Boat Diaries producer on the challenges of filming with an iPhone", в якому продюсер Стюарт Вудман розповів про причини створення 5-серійного документального проекту з використанням Iphone X [3]. У Швейцарії методи мобільної журналістики охоче використовує телекомпанія Lemn Bleu. Наразі матеріали тожо становлять 80% контенту телекомпанії [2].

Практики медіаспоживання у мобільному середовищі були вивчені дослідницькою групою Facebook. У звіті «Зміни-2020» виділено такі ключові тенденції у поведінці та очікуваннях аудиторії [7]:

1) зростає швидкість споживання контенту в мобільному середовищі. У мобільній стрічці користувачі гортають контент на 41% швидше, ніж з робочого столу.

2) спостерігається вибух мобільного відео. Зі збільшенням швидкості передачі даних інтерес до відео зростатиме. Можливість перегляду відео з мобільного пристрою в 1,5 рази вища, ніж із комп'ютера. Люди витрачають на відео в 5 разів більше часу, ніж інші формати.

3) стають популярними живі live-трансляції.

4) розвиваються технології віртуальної дійсності. Серед опитаних респондентів 68% вважають, що ці технології стають частиною повсякденного життя.

5) зростає роль голосових помічників.

6) роль мобільних технологій як центру цифрового всесвіту лише зростатиме. Вже в 2023 р. понад 3,5 млрд осіб покладатимуться виключно на смартфони як єдиний спосіб виходу в інтернет.

Нікому не секрет, що робота мобільного журналіста має на увазі взаємодію зі спеціалізованими мобільними додатками та хмарними сервісами на всіх етапах створення контенту. Отже, перерахуємо компетенції, без яких сьогодні не можлива робота сучасного журналіста під час створення мобільного контенту:

- знаходити цікаві теми та адаптувати їх відповідно до потреб аудиторії різних цифрових майданчиків;

- працювати з героями, експертами, джерелами, занурюватись у тему, вивчати бекграунд з тієї чи іншої проблеми за допомогою пошукових систем та соціальних мереж;

- придумувати цікавий заголовок та лід, вміти побудувати структуру та композицію тексту;

- підібрати якісну ілюстрацію, щоб привернути увагу аудиторії;

- використовувати різні мультимедійні формати (гіфки, відео, аудіо, інфографіка, інтерактивні карти, вставки з Instagram, слайдери «було/стало» та ін.);

- робити хороші ілюстрації в онлайн-сервісах для створення колажів і у програмі Adobe Photoshop та ін;

- володіти навичками відеомонтажу як за допомогою професійних програм Adobe Premiere Pro, Adobe After Effects, так і у безкоштовних програмах Quik, InShot та ін., що дозволяють змонтувати відео прямо на смартфоні;

- залучати аудиторію за допомогою різних ігрових технологій (тести, опитування, голосування та ін.);

- вміти утримувати увагу людей у цифровому середовищі;

- підвищувати залученість аудиторії до соціальних мереж;

- використовувати базові інструменти таргетованої реклами у соціальних мережах;

- володіти базовими прийомами пошукової оптимізації сайтів;

- мати навички роботи із системами медійної аналітики (Google Analytics, Onthe.io, SimilarWeb та ін.).

Таким чином, рівень професійних компетенцій, якими після виходу з університету повинен мати майбутній журналіст, а також ефективні способи навчання їх – питання вкрай актуальні. Загалом можна сказати, що мобільна журналістика – це новий етап якісної підготовки студентів-журналістів. Саме майбутні фахівці медіа створюватимуть інформаційний ландшафт і те, яким він буде, безпосередньо залежить від рівня та якості знань та методів їх отримання у МДУ.

Література:

1. Сташен Б. Мобільна журналістика: практичний посібник / Сташен Б. ; пер. з нім. В. Климченка / за загал. ред. В. Іванова. — К. : Центр вільної преси, 2021. — 260 с.

2. Goujard C. Profiles in mobile journalism: Bringing #mojo into the newsroom / International Journalist Network [Electronic resource]. URL: <https://ijnet.org/en/story/profiles-mobile-journalism-bringing-mojo-newsroom> (date of access: 05.03.2020).
3. Horrocks S. iPhone Filmmaker Lands His Own BBC Series // Mobile motion [Electronic resource]. URL: <https://momofilmfest.com/iphone-filmmaker-bbc-series/>. (date of access: 11.04.2020).
4. Levinson P. Cellphone. The story of the world's most mobile medium and How it has transformed everything! 2004.
5. Mobile communication and society: a global perspective / Ed. by M. Castells, M. Fernandez-Ardevol, J. Linchuan Qui, A. Sey. 2007.
6. Quinn S. MoJo – Mobile Journalism in the Asian Region [Electronic resource]. URL: https://azargh.farhang.gov.ir/ershad_content/Media/image/2012/02/175366_orig.pdf (date of access: 04.12.2019)
7. Shifts for 2020: Multisensory Multipliers. [Electronic resource]. URL: <https://www.facebook.com/business/news/insights/shifts-for-2020-multisensory-multipliers>

УДК 070:378.14

Іванова Т.В.

доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри соціальних комунікацій

БАЛАНС, ЧИ ЗАВЖДИ ЦЕ 50/50? АБО МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ В ПІДГОТОВЦІ МАЙБУТНІХ ЖУРНАЛІСТІВ

Чому саме ця тематика є актуальною для підготовки журналіста майбутнього? Науковці та практики багато пишуть про журналіста нового типу, який працює в еру пост журналістики. Але, яким має бути викладач, вчитель майбутніх журналістів? Ким він має бути більше...теоретиком чи практиком? Досліджуючи це питання, ми дозволили собі звернутися до моделі балансу лідерських та професійних якостей Р. Ділтса та перекласти її на діяльність викладача [1].

Згідно з цією моделлю, лідери організацій або процесів (а наш викладач, звичайно, є лідером освітнього середовища), зазвичай не зовсім пропорційно розподіляють свої функції управління процесами. Наслідком цього є неефективність діяльності системи. Отже, якщо «колесо» лідерських якостей (а в нашому випадку, це якості: викладач-лектор-лідер) занадто велике – ми маємо справу з викладачем патерналістського типу. Лекції/семінари, теорія/опитування – все спрямовано на задіяність мисленневих процесів студентів так званого нижчого рівня (Б. Блум): «як трактується поняття?...», «у якому році народився?...», «у якому місті відбулося...?» Що надасть таке навчання студентові, представнику покоління центеніалів, у якого домінує мотивація: «де і як я зможу використати ці знання?». Майже нічого. Слушною є думка Олени Цинтіли, про те що «сьогодні випускник журфаку справді не готовий до реальної роботи». Тобто для підготовки сучасного журналіста потрібен викладач-практик?