ЖУРНАЛИСТИКА

УДК 070: 004.738.5

ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛИСТИКА И НОВЫЕ МЕДИА

© Шагдарова Баярма Баторовна
кандидат исторических наук,
Бурятский государственный университет
Россия, 670000, г. Улан-Удэ, ул. Ранжурова, 6
E-mail: bayarma70@mail.ru

© Вильмова Ксения Константиновна
студентка, Бурятский государственный университет
Россия, 670000, г. Улан-Удэ, ул. Ранжурова, 6
E-mail: bayarma70@mail.ru

Переход СМИ в цифровой формат вещания создал новые условия получения и распространения новостей, где основным коммуникативным источником является интернет Web 2.0, обладающий двумя главными новомедийными атрибутивными признаками: интерактивностью и цифровым способом передачи данных. Подобный формат расширил возможности вещания, создав новые формы и способы передачи информации посредством мультимедийного контента, в экспериментальные формы которого входят видео, графика, интеракции. Развитие новых медиа трансформирует работу журналистов и ведет к переосмыслению отношений между журналистами, журналистскими организациями и их многочисленными общественными группами, особенно: аудиториями, источниками информации. Происходит стирание границ социальных и психологических ролей «автор-адресат», исчезает различие статусов. Ранее журналист воспринимался как более компетентная, авторитетная фигура, первоисточник информации, но сегодня взаимосвязь участников коммуникативного процесса приобрела сетевой характер, где аудитория из слушателя или читателя превращается в активного участника коммуникативного процесса. Ведущим качеством веб-журналиста становится способность создавать лояльные и долгосрочные отношения с аудиторией, передача определенной степени редакционного контроля сообществу. Эта задача реализуется на различных платформах новых медиа по-разному у универсальных веб-журналистов, к которым примыкают так называемые рюкзачного журналисты и wiki-журналисты. Иной подход к этому же вопросу можно проследить у гражданских и мобильных журналистов, которые не являются профессиональными журналистами, а скорее ближе к аудитории пользователей новых медиа. Реальность новых медиа формирует новые типы авторов интернет-журналистики, что приводит к новым принципам функционирования мультимедийных редакций, блогов в ответ на меняющиеся приоритеты в данной сфере.
Ключевые слова: интернет-журналистика; новые медиа; медиареальность; журналист; интерактивность; коммуникация; автор; контент; трафик; аудитория.

В цифровом пространстве интернета развиваются новые каналы коммуникации, способы распространения и доставки информации, которые в совокупности именуются новыми медиа. В ходе перехода и адаптации журналистов к новым медиа формируется электронно — цифровая медиарельность, способствующая

развитию множества платформ и типов авторства. Следует подчеркнуть, что общей категорией для указанных процессов служит понятие «новых медиа», формат и платформа которых послужила импульсом к развитию новых социальных типов авторов, как нового коммуникативного феномена WEB 2.0. Рассматривая данную проблему, необходимо отметить, что сетевые характеристики новых типов авторов в интернете отражают фундаментальные преобразования в сфере глобального доступа к информации, мгновенной отчетности, интерактивности, гипертекстуальности и в целом к мультимедийному контенту.

Веб-среда новых медиа представляет собой глобальную медиареальность, населенную типами авторов — сетевых журналистов и блогеров, чутко реагирующих на меняющееся медиапотребление аудитории, ее приоритеты и ожидания. Обозначенные реалии указывают на недостаточную изученность проблемы новых социальных типов авторов в новых медиа, таким образом, подчеркивая несомненную актуальность темы исследования.

Изучение новых типов авторов в интернете сопряжено с рассмотрением процессов и моделей сетевой коммуникации авторов с электронной аудиторией. В условиях новых медиа авторы вынуждены четче и глубже вглядываться в аудиторию, которая является отныне не только источником получения самой разнообразной информации, но и источником, каналом реализации новых форм медиаконтента. Новые медиа основаны на таких моделях коммуникации, в которых аудитория максимально вовлечена в редакционную деятельность или сама является активным производителем контента. Интернет-журналистика под влиянием новых медиа переживает бурный процесс институционализации, параллельно с которым протекают процессы трансформации в недрах самой интернет–журналистики. Безусловно, отражением этих процессов является формирование и развитие новых типов авторов на различных платформах онлайновых СМИ, новостных порталов, сайтов информационных агентств, блогов.

Новые методы работы с медиаконтентом в интернете требуют от журналиста качественно новых профессиональных компетенций, новых знаний, без которых немыслимо профессиональное и творческое осмысление медийными ресурсами и инструментами в новых медиа. Очевидно, что становление и развитие новых социальных типов авторов в условиях динамического развития электронно-цифровой медиарельности преобразует существовавшие ранее в отечественной теории и практике журналистики представления о месте и роли автора в массово-информационном процессе, отражает новые реалии авторства в интернете. «Средства массовой информации фактически перестали существовать в качестве автономного централизованного общественного института. Произошло смещение от информирования к коммуницированию, где прочно внедрился интерактив, как один из основных принципов работы» [2, с. 38].

В изучении проблемы формирования новых социальных типов авторов в новых медиа весьма перспективной представляется обращение к фундаментальным исследованиям, в которых синтезированы представления о сущности информационного общества, его признаках, структуре и экономике, которые дают ключ к пониманию характера коммуникации в целом и авторства в частности в новых медиа. Серьезными исследованиями в области изучения и понимания природы новых социальных типов авторов в веб-среде являются работы западных ученых в области теории информационного общества, социологов и философов-

постмодернистов М. Кастельса, Ж. Бодрийяра. Их взгляды отражают новые и глубоко проработанные представления о сущности сетевой коммуникации, гиперреальности, в которых формируются и функционируют социальные типы авторов новых медиа.

Высокий вклад в изучение современной журналистики в условиях новых медиа внесли труды таких авторов, как А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов, Д. Кульчицкая, Н. Лосева, М. Паркс, С. Паранько, О. Силантьева, Б. ван дер Хаак. Благодаря их исследованиям широкое рассмотрение получили такие феномены, как новые формы медиапотребления, новые навыки и компетенции веб — журналистов, специфика деятельности авторов в условиях новых медиа.

Серьезную теоретическую базу в области изучения новых социальных типов авторов в интернете составляют исследования теоретиков Баранова Е. А., Калмыкова А. А., Мисонжникова Б. Я., в чьих трудах обоснованы типологические характеристики таких социальных типов авторов, как рюкзачный журналист, гражданский журналист, мобильный журналист, блогер, также раскрыты специфические черты интернет-журналистики на платформе Web 2.0.

Существовавшая ранее традиционная линейная модель массового общения «один со многими», благодаря интернету Web 2.0 трансформировалась в симметричную двустороннюю коммуникацию «многих ко многим», в которой автор и его аудитория обладают равными возможностями влияния друг на друга. Интерактивная природа новых медиа представляет собой мощный коммуникативный ресурс, который основан на ряде базовых концептов. Базовыми концептами, формирующими интерактивную коммуникацию на разных платформах новых медиа выступают «компьютер», «интернет» и «пользователь». Первый представляет собой инструмент, позволяющий войти в виртуальный мир и включаться в процесс интеракции в нём, второй служит средством достижения желаемого, а третий является создателем и «потребителем» виртуального мира, замыкая все в единую цепь. Именно эта триада и составляет основу виртуальных интеракций в новых медиа» [1, с. 129]. Другими словами, интернет-журналистика переходит из разряда массовой информации к сетевой коммуникации, которая, по мнению А. А. Калмыкова предстает перед нами в следующем виде: «Сетевая коммуникация является зеркалом реальности и одновременно особой формой действительности. Развитие интернета как ядра новых медиа идет по трем направлениям:

- ✓ Развитие и модернизация программных и технических средств;
- ✓ Расширение числа пользователей;
- ✓ Перевод разнообразной информации и знаний в электронную интернет-ориентированную форму» [2, с. 39].

Переход содержания некоторых СМИ в цифровой формат с применение интерактива, и продолжающаяся цифровизация старых носителей позволяет контенту транспортироваться по любому каналу коммуникации на любой цифровой платформе от любого автора ко множеству потребителей. В результате новость в интернете способна преодолеть любые границы, при этом автор может не прикладывать к этому ровным счетом никаких технических усилий. Глобализация открывает пользователям доступ к большому количеству ресурсов, а интернет даёт возможность журналистам расширить аудиторию и обеспечить взаимное двустороннее взаимодействие с очень быстрой обратной связью, за счет которой новости мгновенно распространяются в сетях новых медиа. Как отмечает М. Кастельс, в сети процветает тот вид коммуникации, который соотносится со свобо-

дой выражения во всех ее проявлениях…в зависимости от склонностей каждого отдельного индивидуума. Свое выражение в Интернете находят открытость информации, свобода публикаций, децентрализованное вещание, случайные взаимодействия, целесообразная коммуникация и совместное творчество» [3, с. 53].

Новостные порталы, онлайн СМИ, блоги, вики-ресурсов и другие новомедийные платформы предоставляют пользователям возможность делиться новостью, высказывать свое мнение, дополнять новость комментариями, эксклюзивными фото и видеоматериалами, оценить публикацию. Журналист как автор и пользователи нередко меняются коммуникативными ролями для того, чтобы привлечь на новостной ресурс новых пользователей, а также с целью продвижения. Автору важно расширять коммуникацию в формате «френдинга» и «лайкинга», поскольку они являются эффективными методами увеличения подписчиков и трафика.

Но есть и обратная сторона доступности — уязвимость. Появляется провокативная модель коммуникации в интернет-журналистике, основным признаком которой является отрицательный характер реакции пользователя на информационный продукт. Провокативные модели порождают такой тип авторов, которых имеют в интернете «троллями» и «хейтерами». В реальности новых медиа сосуществуют множество различных типов авторов, которые находятся в постоянном поиске эффективных моделей коммуникации с ее аудиторией. Изучение и описание проблемы формирования новых социальных типов авторов в реальности интернет-журналистики требует серьезного изучения природы и философии сетевой коммуникации.

Литература

1. Интернет-коммуникация как новая речевая формация / Т. Н. Колокольцева, О. В. Лутовникова. М.: Флинта: Наука, 2014. 328 с.
2. Калмыков А. А. Интернет-журналистика / А. А. Калмыков, Л. А. Коханова. М.: Юнити-Дана, 2005. 383 с.
3. Кастельс М. Галактика интернет: Размышление об Интернете, бизнесе и обществе. Екатеринбург: У-Фактория (при участии издательства Гуманитарного университета), 2004. 328 с.

INTERNET — JOURNALISM AND NEW MEDIA

Bayarma B. Shagdarova
Candidate 0f Historical Sciences, Associate Professor.
Buryat State University
6, Ranzhurova St., Ulan-Ude, 670000, Russia

Kseniya K. Vilmova
Student of department of journalism and advertizing
Buryat State University
6, Ranzhurova St., Ulan-Ude, 670000, Russia

Transition of media to a digital format of broadcasting created new conditions of receiving and distribution of news. Here the main communicative source is the Internet of the Web 2.0. It has two main new media attributive signs: interactivity and in a digital way of data transmission. The similar format expanded possibilities of broadcasting. The Web 2.0 created new forms and ways of information transfer by means of multimedia content. The

format of this content includes video, graphics, interaction. Development of new media transforms work of journalists and leads to reconsideration of the relations between journalists, the journalistic organizations and their numerous public groups, especially: audiences, information sources. There is a deleting of borders of social and psychological roles "the author — the addressee", the distinction of the statuses disappears. Earlier the journalist was perceived as more competent, authoritative figure, the primary source of information, but today the interrelation of participants of communicative process gained network character where the audience from the listener or the reader turns into the active participant of communicative process. The leading quality the web — the journalist becomes ability to create the loyal and long-term relations with audience, transfer of a certain extent of editorial control to community. This task is implemented on various platforms of new media differently at universal web journalists whom journalists and wiki-journalists adjoin so-called ryukzachny. The different approach to the same question can be tracked at civil and mobile journalists who are not professional journalists, and is rather closer to audience of users of new media. The reality of new media forms new types of authors the Internet — journalism that results in the new principles of functioning of multimedia editions, blogs in response to the changing priorities in this sphere.
Keywords: the Internet is journalism; new media; media reality; the journalist; interactivity; communication; the author; content; traffic; audience.