

УДК 070:316.6

Интернет-проект, как феномен новых медиа и ключ к подготовке профессиональных кадров для современной журналистики

В.В. Новиков, руководитель «Школы юного журналиста» Московского центра образования школьников имени М.В. Ломоносова; novikov.valery1966@yandex.ru

В статье речь идет о феномене современных медиа – интернет-проектах, которые в настоящее время претендуют на выделение их в самостоятельный жанр, и возможно, – в отдельный вид журналистики. Жанр в журналистике – это форма организации журналистского текста, разновидность которого зависит от специфических структурно-семантических признаков и функциональных задач. Если брать интернет-проекты, то мы видим, как здесь переплетаются все виды новых медиа и совершенно разные функциональные задачи, что ставит их особняком в современной журналистике. Но они так же как и жанры могут отличаться по структурно-семантическим признакам, подразделяясь на информационные, аналитические, научно-познавательные и исследовательские проекты. Одно из главных достоинств интернет-проектов в том, что они позволяют пользователям получать полную и разностороннюю информацию, а журналистам развивать мультимедийные профессиональные качества, которые сегодня являются ключом к успеху в журналистике.

Ключевые слова: интернет-проекты, викиномика, медиа, мультимедиа, информация, коммуникация, текст, интернет, технология, пиринг.

В популярной на Западе и в России книге «Викиномика. Как массовое сотрудничество изменяет все», речь идет о том, что сегодня наступает эра Викиномики – новой глобальной экономики, которая выходит за границы исторически сложившихся государств и обществ, поскольку она основана на сетевом сотрудничестве, для которого нет границ. Авторы – Дон Тапскотт и Энтони Уильямс – вводят новый термин, произошедший от слияния двух слов – «вики» и «экономика», где **Вики** (англ. *wiki*) – веб-сайт, содержимое которого пользователи могут самостоятельно изменять с помощью инструментов, предоставляемых самим сайтом. Форматирование текста и вставка различных объектов в текст производится с использованием вики-разметки. На базе перечисленных принципов построена Википедия и другие проекты Викимедиа.

«Вследствие глубоких изменений в технологии, демографии, бизнесе, экономике и мире в целом мы вступаем в новую эру, когда степень участия людей в экономике велика, как никогда раньше. Такая более высокая степень участия достигла очередной стадии, при которой новые формы массового сотрудничества меняют процессы изобретения, производства, продвижения и дистрибьюции товара на всем глобальном рынке. Такие изменения предоставляют любой компании или человеку, вовлеченному в процесс, большие перспективные возможности. Наука викиномики основана на четырех мощных новых идеях: открытости, пиринге¹, доступе и умении делиться, и глобальном характере деятельности. Эти принципы заменяют собой прежние»², – так авторы характеризуют новую технологическую эру, в которую все более твердой поступью вступает человечество.

Глобальные тектонические изменения в мировой экономике привели к тому, что производители стали собирать идеи и открытия в самых разных странах, и то же самое происходит и с воплощением их в жизнь – открыть производство можно в любой точке планеты и при этом использовать интернациональные рабочие и интеллектуальные ресурсы в неограниченном количестве.

Один из ярких примеров возможностей современной экономики находим на берегах Волги: то что не удалось в 1942 году армиям вермахта, с успехом выполнили современные отечественные реформаторы – в настоящее время Сталинградский (Волгоградский) тракторный завод разрушен практически полностью, осталось лишь одно небольшое административное здание в Тракторозаводском районе Волгограда. Но если вы позвоните менеджерам и закажите любую технику из модельного ряда ВГТЗ – вам ее довольно быстро соберут и доставят в любую точку мира. Но проследить производственную цепочку будет довольно сложно.

В условиях викиномики мир становится производственной площадкой и новые очаги массового производства возникают спонтанно в самых разных точках планеты. И глухие, отдаленные от цивилизации места в одночасье могут стать центром инноваций (все зависит лишь от инвестиционного климата, налоговой политики и местного законодательства).

Но еще более масштабные перемены происходят в медиaprостранстве, в котором идет стремительная трансформация самого понятия СМИ, поскольку популярные блогеры набирают за короткий срок миллионы подписчиков, а некоторые их ролики за сутки собирают десятки и сотни тысяч просмотров, чем не могут похвастаться даже известные федеральные изда-

¹ Пиринг (от англ. peering — соседство) — соглашение интернет-операторов об обмене трафиком между своими сетями, а также техническое взаимодействие, реализующее данное соглашение: соединение сетей и обмен информацией о сетевых маршрутах по протоколу BGP.

² *Танскотт Д., Уильямс Э.* Викиномика. Как массовое сотрудничество изменяет все. BestBusinessBooks 2009 г.

ния¹. Тем не менее, средства массовой информации в этом противостоянии все-таки победили блоггеров, причем их же оружием – взяв на вооружение принципы мультимедийности и выйдя в интернет и социальные сети, ведущие федеральные СМИ прочно вышли в лидеры медиарынка.

В целом, в основе модификации современной системы СМИ лежат процессы глобализации, дигитализации, диверсификации и конвергенции. Цифровизация позволяет легко «транспортироваться» по любому каналу электронной коммуникации. Глобализация обозначает общемировую тенденцию к безграничному расширению масштаба влияния всех видов современных медиа. Диверсификация порождается в результате активного участия потребителя в формировании информационного потока сообразно индивидуальным потребностям. Конвергенция подразумевает взаимозависимость СМИ, медиатехнологий и потребителей информации.

Элфин Тоффлер отмечал, что «Информация становится новым массовым продуктом, который распространяется по новым каналам. При этом, формируется особое коммуникативное пространство – инфосфера, которая играет важную роль в развитии общества, добавляя «социальной системе совершенно новый уровень коммуникации»². Речь идет о том, что информационная сфера, благодаря внедрению компьютерных технологий, демонстрирует повышение интерактивности средств массовой информации.

Именно компьютерные технологии привели к переходу на мультимедийный формат, который сегодня и определяет новый уровень состояния СМИ и в целом медиасреды, коммуникативного пространства.

Данный формат активно изучается и авторитетные авторы регулярно дают ему свои определения (если дословно, то «мультимедиа от англ. *multi* – множественный и лат. *media* – средства распространения информации, средства аудиовизуальной информации). Довольно точно, с точки зрения воздействия на пользователей, дает свое определение Тай Вон: «Мультимедиа – это любая комбинация текста, изображения, звука, анимации и видео, предоставленная вам с помощью компьютера или иного электронного или цифрового устройства. Такая комбинация способна доставить вам богатые ощущения. Когда вы соединяете вместе чувственные элементы мультимедиа — ослепительные картинки и анимацию, впечатляющую музыку, видеоклипы, текстовую информацию, – вы буквально электрифицируете мысли людей и действующие центры их мозга»³.

Особенности образовательного телекоммуникационного медиапроекта

Мультимедиа подарили нам множество новых видов подачи материалов и информации. Одним из них стал интернет-проект. Этот формат

¹ URL: https://www.znak.com/2017-06-06/11_populyarnyh_videoblogerov_russkogo_youtube.

² *Toffler A.* The Third Wave. – Bantam Books, 1980.

³ *Vaughan T.* Multimedia: Making It Work. 8th ed. McGrawHill, 2010. P. 1.

привлекателен тем, что позволяет развивать молодым людям профессиональные навыки будущего, которые, несомненно, будут востребованными в XXI веке (и не только в сфере журналистики).

В основе образовательных технологий в настоящее время находится телекоммуникационный медиапроект. В чем его кардинальное отличие от предыдущих проектов и характерные особенности? По мнению профессора Е.Я. Дугина, «все более ощутимые реалии информационного общества, в основе которого лежит производство, потребление и распространение информации, выдвигают в качестве центральной проблемы научное познание социальных информационно-коммуникативных процессов»¹. Под образовательным телекоммуникационным медиапроектом понимают совместную учебно-познавательную, творческую или игровую деятельность, организованную на основе компьютерной телекоммуникации. Именно наличие партнеров, необходимость координации усилий, использование средств телекоммуникации (интернет-ресурса), является главной отличительной чертой медиапроекта.

Медиапроекты можно классифицировать:

Название медиапроекта	Краткое описание задач и заданий медиапроекта	Профессиональные навыки, приобретаемые в ходе реализации медиапроекта
«Диалог поколений»	Участники берут интервью у известных журналистов, писателей, ученых. По итогам интервью монтируют видеосюжеты, редактируют текстовые варианты интервью, пишут посты в социальных сетях.	Журналист, аналитик, режиссер, редактор, монтажер.

¹ Дугин Е.Я. Методологический поворот исследований информационно-коммуникативных систем и журналистика // Журналист. Социальные коммуникации. 2015. № 3-4

Медиаобразование

«Прогулки по Москве»	Необходимо разработать оригинальный маршрут по столице и провести экскурсию для своих друзей с подробным рассказом о всех достопримечательностях. Смонтированный видеотчет выкладывается в социальных сетях и специализированных сайтах.	Ученый – географ, ученый-историк, экскурсовод, фотограф и оператор, веб-мастер.
«Туристические тропы России»	Необходимо разработать оригинальный маршрут по России и провести экскурсию для своих друзей с подробным рассказом о всех достопримечательностях. Смонтированный видеотчет выкладывается в социальных сетях	Ученый – географ, ученый-историк, экскурсовод, фотограф и оператор, веб-мастер.
«Великие люди России»	Участник выбирает выдающуюся историческую личность и собирает необходимую информацию для написания полноценного эссе и монтажа видеоклипа. Написанный текст и смонтированный клип выкладывается в социальных сетях и на специализированных сайтах.	Историк-исследователь, аналитик, журналист, пропагандист.

«Мой медиа-проект»	Участник разрабатывает проект новых СМИ. Пишет концепцию СМИ, определяет вид, функции, основы редакционной политики. Определяет целевую аудиторию и основные темы.	Главный редактор, журналист, режиссер, SMM-специалист
--------------------	--	---

Каждый ученик Школы юного журналиста составляет свой план работы над медиапроектом, выстраивая, таким образом, индивидуальную образовательную траекторию. Планы корректируются вместе с руководителем проекта. По окончании работы над медиапроектами все участники пишут анализ своей работы, отмечая трудности и пути их преодоления.

В ходе работы учащихся в телекоммуникационных проектах достигается ряд положительных результатов: осуществляется предпрофильная подготовка старшеклассников и приобретение необходимых в будущем профессиональных навыков и компетенций. Но самое главное, что в ходе выполнения исследовательских заданий медиапроектов у учащихся формируется индивидуальный опыт творческой деятельности.

Умение разрабатывать и создавать собственные медиапроекты необычайно сильно привлекает современную молодежь, подростков и детей младшего возраста. И здесь ни в коем случае нельзя смотреть на этот процесс со стороны. Очень важно это желание направить в нужное русло, подсказать верное направление движения и снабдить необходимыми инструментами для успешной реализации проекта. Тогда можно добиться положительных результатов в формировании профессиональных навыков будущего у подрастающего поколения, а также достичь определенных успехов в формировании нового человека с высокой гражданской позицией, что является одним из главных условий при создании новых электронных СМИ, отвечающим реальным задачам и потребностям нашего общества.

Литература:

- *Беспалько В.П.* Образование и обучение с участием компьютеров (педагогика третьего тысячелетия). М.: Издательство Московского психолого-социального института. Воронеж: Издательство НПО «МОДЭК». 2002.
- *Дугин Е.Я.* Методологический поворот исследований информационно-коммуникативных систем и журналистика // Журналист. Социальные коммуникации. 2015. № 3–4.
- *Иноземцев В.Л.* Воссоздание индустриального мира. Контурь нового глобального устройства // Россия в глобальной политике. М.: 2011. Т. 9. № 6. С. 88 – 92.

- *Маслоу А.Г.* Мотивация и личность. 3-е издание. ООО издательство «Питер». 2014.
- *Танскотт Д., Уильямс Э.* Викиномика. Как массовое сотрудничество изменяет все. BestBusinessBooks. 2009.
- *Распопина И.А.* Российская интернет-журналистика: история становления и характеристика современного состояния // Вопросы теории и практики журналистики. – 2013. № 1. С. 208–214.
- *Toffler A.* The Third Wave. Bantam Books, 1980.
- *Vaughan T.* Multimedia: Making It Work. 8th ed. McGrawHill, 2010. P. 1.

Поступила в редакцию 18 января 2020 года.