

ЖУРНАЛИСТСКИЕ КОМПЕТЕНЦИИ В ЭПОХУ НОВЫХ МЕДИА

С.В. Гуськова, В.В. Миленина

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»

guskova_s_v@mail.ru, milenina.vv01@gmail.com

Термин «новые медиа» все чаще стал употребляться среди научного и журналистского сообществ, в молодежной среде. Предпринимается большое количество попыток актуализировать и конкретизировать это определение. Тем не менее, единого понимания не выработано [8].

Под новыми медиа понимают, прежде всего, социальные сети (ВКонтакте, Instagram (*признана экстремистской организацией, деятельность на территории РФ запрещена*), Telegram, Twitter и др.), интернет-СМИ и поисковые службы. Однако термин следует рассматривать гораздо шире.

Для формирования понимания новых медиа нужно выделить их критерии:

Основа новых медиа – интернет-технологии. Новые медиа называются таковыми, потому что находятся на переднем крае технологий и социальной актуальности, считает М. Корнев [5].

На первый план выходит цифровизация информации. Интернет выступает технологической и коммуникативной средой, но коммуникация может выходить за пределы Интернета – приобретать формат очных встреч, пикетов, сборов и т.д.

Соответственно, в новых условиях, журналисты должны обладать навыками работы в интернет-пространстве – разбираться в том, как работают социальные сети, понимать особенности подачи материала в каждой из них. Эти и другие компетенции, связанные с умением работать в интернет-среде архиважны для современного журналиста.

Интерактивность.

Интерактивное взаимодействие в интернет-медиа строится в одной плоскости – Интернете, а не за счёт телефона, почты и пр., как в традиционных медиа. При этом взаимодействие и способ получения информации обретает более персональный подход. Пользователь самостоятельно выбирает удобный формат получения информации и содержания, а также может высказываться и становиться автором.

В таком случае современный журналист должен уметь подстраиваться под аудиторию, уметь выстраивать с ней коммуникацию различными способами: знать механику формирования онлайн-опросов, умение пользоваться рассылкой и т.д.

Конвергентность и мультимедийность.

Слияние технологий, каналов и жанров, приводящие к их интеграции и гибридизации, является определяющей особенностью новых медиа, по мнению Е.Л. Варгановой [2]. Контент чаще всего сочетает в себе различные виды кодированной информации – письменной, звуковой, видео и изобразительной. Большинство современных платформ распространения информации отвечают этому критерию.

Исходя из вышеперечисленного, новыми медиа можно назвать технологичные интерактивные, мультимедийные интернет-медиа, с легким доступом к контенту, влияющие на формирование или поддержание мнения у пользователя.

Журналист в эпоху новых медиа – конвергентный специалист. Помимо основных компетенций – адаптивность, оперативность, умение анализировать, гибкость, он должен уметь работать с разными типами информации: визуальной, аудиальной, текстовой и различными их проявлениями.

Журналисту важно уметь работать с текстами разного жанра – информационного, аналитического, грамотно использовать факты и аргументировать свою точку зрения. В работе в новых медиа важна скорость и аналитика. Как считает С. Переслегин, медиа сейчас формируют онтологию человека [8]. Онтология не мыслима без оценки событий. Кто раньше успел интерпретировать событие, та позиция будет принята за более правдивую.

В новых медиа и доказательности информации немаловажную роль играет фото- и видеоконтент. Необходимы знания фототехники, журналист должен быть знакомым с правилами композиции, обработки и верно использовать их. Уметь снимать видео – владеть базовыми навыками работы с камерой, программами для монтажа, правилами компоновки, навыками работы со звуком, дизайн программами и др.

Специалисты должны четко понимать, какое влияние могут оказать те или иные кадры. «Какие чувства рождаются у человека, когда он смотрит на фотографии угнетенных, эксплуатируемых, голодающих, истребляемых, зависит ещё и от того, насколько привычны ему эти изображения, – говорит Сьюзен Сонтаг. – Фотографии потрясают тогда, когда показывают нечто новое» [9]. Таким образом, в сетях мы часто можем наблюдать медиа-хронику от незначительного к «невообразимому». Аудиторию нужно всегда подогреть, давать более острые снимки и видеосюжеты, чем было в прошлый раз. На этом построено большое количество информационных войн и атак. Эти знания должны учитывать журналисты при анализе инфоповодов, поиске истины и разоблачении фейков.

Список литературы

1. Бушев А.Б. Медиаграмотность в системе новых медиа // Киберленинка. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediagramotnost-v-sisteme-novyh-media/viewer> (дата обращения: 12.04.2022).
2. Вартанова Е. К чему ведет конвергенция СМИ? // Информационное общество. 1999. Вып. 5. URL: <http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/b59df6463a315de4c32568fd0038da32> (дата обращения: 10.04.2022).
3. Вевюрко В.А., Телепченкова И.А., Бондалетов В.В. Анализ социальной сети Telegram как средства массовой информации и коммуникации // Киберленинка. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-sotsialnoy-seti-telegram-kak-sredstva-massovoy-informatsii-i-kommunikatsii/viewer> (дата обращения: 12.04.2022).
4. Каминченко Д.И. Информационная повестка для современных сетевых СМИ: политический аспект // Киберленинка. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnaya-rovestka-dnya-sovremennyh-setevyih-smi-politicheskiy-aspekt/viewer> (дата обращения: 15.04.2022).
5. Корнев М. «Новые медиа» и «гуманитарное»: пересечение терминов и понятий // Новые медиа в гуманитарном образовании: электронный сборник статей к научно-практической конференции / под ред. М.С. Корнева. М., 2013. URL: <https://www.hse.ru/pubs/share/direct/document/118076276> (дата обращения: 12.04.2022).
6. Никитенко В.А. Сравнительный анализ понятий «Новые медиа» и «Социальные медиа» // Киберленинка. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sravnitelnyy-analiz-ponyatiy-novye-media-i-sotsialnye-media> (дата обращения: 11.04.2022).
7. Носовец С.Г. Новые медиа: к определению понятия // Киберленинка. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-media-k-opredeleniyu-ponyatiya/viewer> (дата обращения: 09.04.2022).
8. Переслегин С.Б. Навальный-шоу, фэйк ньюс и медиамир. // YouTube-канал psychotechnology. URL: https://www.youtube.com/watch?v=z6p0YqQOdoE&ab_channel=psychotechnology (дата обращения: 12.04.2022).
9. Сонтаг С. О фотографии. М.: Ад Маргинем Пресс, 2013. 272 с.