

РАЗДЕЛ 5. ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ОБУЧЕНИИ СЛАВЯНСКИМ ЯЗЫКАМ

УДК 070 (477.73)

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Володченко О.М.

Таврійський національний університет ім. В.І. Вернадського,
м. Сімферополь, Україна

У статті розглядаються види сучасних інформаційних технологій, їх вплив на традиційну журналістику і пов'язані з цим нові вимоги до підготовки журналістських кадрів

Ключові слова: журналістська освіта, комунікація, онлайн-база журналістика, PR-технології, інформація

Актуальність цієї теми пов'язана з процесами, які відбуваються в сучасних мас-медіа, бо сьогодні, в умовах застосування новітніх інформаційних і комунікаційних технологій, стираються і зникають звичні лінії демаркації між ЗМК (друкованими, аудіо-візуальними, мережними). Як стверджують дослідники, розмиванню кордонів між різними засобами масової інформації (і, відповідно, між різними галузями журналістської діяльності) активно сприяє процес, який сьогодні спостерігається, медіаконвергенції зближення і злиття „традиційних” засобів масової інформації (періодичної преси, радіомовлення і телебачення) при їхньому переході на єдину цифрову комп'ютерно-мережну платформу. Мета статті – розглянути види сучасних інформаційних технологій, їх вплив на традиційну журналістику.

Постановка проблеми. Незважаючи на дуже розвинені новітні інформаційні технології, преса не втратила своєї важливості. Вона залишається одним з найпотужніших засобів інформації, обміну думок, розповсюдження й пояснення ідей, подій. Потік інформації в світі сьогодні настільки різноманітний й суперечливий, що самостійно розібратися в ньому не в змозі ані одна окрема людина, навіть група спеціалістів. Тому вибір найдоступнішої інформації і донесення її до аудиторії у доступній формі - надзвичайно важливе завдання для преси. Ще одна важлива для преси функція – будучи виразником існуючої громадської думки, впливати на неї і формувати її.

Але одна з головних функцій журналістики - це інформувати аудиторію про події, які відбуваються в суспільстві та у світі. Валерій Бебик так пояснює термін “інформація”: „Це змістове відображення об'єктивних і суб'єктивних процесів, явищ і предметів Всесвіту” [1, с. 25]. В інформаційному суспільстві по-новому визначається зміст, роль та стандарти професії журналіста, і тому велике значення приділяється новинній журналістиці, бо вона несе в собі загальні параметри якості: неупередженість та предметність, багатосторонність, зваженість та прозорість.

У всьому світі медіа використовують новини як “сировину для публіцистики” та аналітичних матеріалів завдяки тому, що властивості сприймання однакові для багатьох культур. Це пояснюється природною цікавістю людини. Так, на думку головного редактора газети «Вашингтон пост» Леонарда Дауні, “люди дивляться по телебаченню те, що їх цікавить і про що хочуть довідатись детальніше із завітрашніх газет” [3, с. 23]. Звичайно ж, вибір та подача новин може відбуватися при цьому по-різному, відповідно до конкретних умов та мети різних медійних систем. „Пошук інформації -- це робота журналістів, а рішення щодо її розголошення є справою відповідальності видавця”, – вважає Леонард Дауні [3, с. 24]. Але завжди вибір, який роблять журналісти, визначається двома головними новинними факторами: значення новини та інтерес публіки до неї.

В сучасному світі проблеми, пов'язані зі збором інформації та її поширенням, стали в ряд найактуальніших. І велику роль в цьому відіграли сучасні інформаційні технології, і насамперед Всесвітня мережа Інтернет.

Журналісти всіх країн, використовуючи Інтернет, сьогодні переосмислюють свою роль, а також соціальну, політичну й комерційну функції новин та інформації. Читання новин стає дедалі більш інтерактивним процесом, і запорукою цього є здатність медійних працівників запропонувати новини у вигляді набору джерел і коментарів на додачу до власне репортажу чи звіту, що сприяє жвавому обговоренню теми найрізноманітнішими читачами. Ці зміни вимагають також переоцінки традиційних поглядів на журналістські функції, практику й етику. Особливо важливою проблемою є вплив інтерактивних новин на суспільну сферу й політику та внесок журналістів у цей процес. Тенденції Інтернету демократизувати суспільство (які, однак, у жодному разі не можна приймати як даність), здається, уможливають створення «багатомовних» новин, що містять внески різних читачів, медійників та джерел інформації.

Переважна більшість комп'ютерних користувачів - а на Заході це поняття щодалі наближається до „всі ми” - повсякденно використовує Інтернет для отримання інформації; студенти й читачі більшості країн земної кулі знаються на електронних журналах і базах даних, а постійні користувачі Інтернету працюють із цілою низкою розміщених у мережі документів: від онлайн-газет і журналів до Інтернет-магазинів та сайтів, що розповідають про будь-які об'єкти та явища. Ці форми надзвичайно різняться за своєю концепцією, дизайном, змістом і способом передачі інформації, однак онлайн-журналістика використовує їх усі. Щобільше вона допомагає їх створювати. Онлайн-журналістика – це всі згадані речі та ще набагато більше. Це також індустрія, яка вповні й безпосередньо відчуває на собі перехресний вплив різних медіаформ.

Важко переоцінити роль Інтернет в отриманні інформації. В 2005 році за проханням автора цієї статті в текст анкети, розробленої міністерством курортів та туризму Криму, було включено питання: „Із яких джерел ви отримуєте інформацію про місце відпочинку?” Були запропоновані такі варіанти відповідей: телебачення, радіо, преса (газети та журнали), спеціалізовані туристичні видання, Інтернет, інше. Із 750 оброблених анкет виявилися такі результати:

Інтернет - 28%
Телебачення -- 24%
Радіо 1,3%
Преса 6,7%
Рекомендації друзів 22,7%
Турагенції - 8%

Як бачимо, найбільший відсоток випадає саме на мережу Інтернет, на другому місці – телебачення і на третьому – рекомендації друзів та знайомих. Найменший відсоток респондентів отримують інформацію про можливості відпочинку в Криму з радіопередач. Отримані дані підтверджують, яку велику роль в сучасному суспільстві відіграють новітні інформаційні технології. Тому важко не погодитися з точкою зору Ольги Зернецької, доктора політичних наук, провідного наукового співробітника Інституту світової економіки і міжнародних відносин НАН України, та Павла Зернецького, кандидата філологічних наук, професора Національного університету „Києво-Могилянська академія”, які стверджують, що „засоби масової комунікації, починаючи від друкованих, потім - до радіо і телебачення і, нарешті, завдяки Інтернету, поступово так скоротили простір і час обміну інформацією та збільшили феномен „присутності” індивіда в певних світових подіях, що на сучасному етапі динамічного розвитку країн „золотого мільярда”, та, певною мірою, також суспільств, які до них наближаються (хоча б за розвитком інформаційної сфери), виникає і розвивається ефект „всеприсутності” індивіда в просторі, і, у великій мірі, навіть „всеприсутності” індивіда в часі, завдяки його можливості швидко подорожувати як у сучасне, так і в минуле Інтернетом. Це надає індивідові певні трансцендентальні якості, котрі людство раніше приписувало лише Богові” [4].

Немає важливу роль в сучасному суспільстві відіграють і PR-технології. На жаль, в сьогоденні частіше використовуються таке поняття, як „чорний піар”. На думку Тетяни М'якіної, „чорний піар” не може існувати за ознакою, тому що PR – це сплановані, тривалі зусилля, спрямовані на створення та підтримку доброзичливих відносин і взаєморозуміння між організацією та її громадськістю”, – так вважав корифей PR Сем Блек” [5, с. 173]. Головна ціль PR – це створення та закріплення ділової та суспільної репутації. Таким чином, сутність PR-діяльності можна сформулювати так: „Спочатку ми працюємо на ім'я, а потім ім'я працює на нас”. Засоби масової комунікації створюють громадську думку, репутацію або руйнують її. Тому одним із важливих чинників в діяльності фахівців з PR є налагодження добрих стосунків із засобами масової інформації. В їх обов'язки також входить уміння готувати матеріали, точніше іміджеві матеріали, для преси. Головний принцип PR – коротко і просто – треба використовувати до різних матеріалів: друкованих, телевізійних і радіо.

Висновки. Як бачимо, нові інформаційні технології, які з'явилися за останні часи, не тільки відкривають перед ЗМК небувалі можливості, яких не мало жодне з „традиційних” засобів масової інформації, але й формують нові вимоги до професійних якостей комунікаторів. Тривалий час вважали, що хороший журналіст – це усебічний талант, який сьогодні може працювати на телебаченні, завтра – випускати газету, а післязавтра – готувати телетексти. Однак експерименти засвідчили протилежне: журналісти, які досконало володіють професією газетяра, в електронних ЗМК себе не показали: як правило, очікування, що вони будуть працювати так само добре, як у газеті, не виправдалися. Різні „традиційні” засоби інформації настільки далеко стоять одні від одних за формами подачі інформації, що важко зустріти професіонала, який зміг би сьогодні працювати в електронних ЗМК, а завтра – так само добре в друкованому виданні. Але дедалі потрібнішими ставатимуть саме журналісти-універсали, здатні поєднувати різноманітні професійні обов'язки: адже глобальна мережа Інтернет об'єднала в собі всі основні етапи інформаційної діяльності (збір, обробку, переміщення та збереження інформації). Це означає, що система освіти зобов'язана швидко й гнучко

реагувати на погодні зміни, формуючи тактику й стратегію професійної підготовки журналістів, залежності від завдань, що змінюються, враховуючи зміни медіа-ландшафту і нову специфіку ЗМК.

Список літератури

1. Бебік В. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві. психологія, технології, техніка публік релейшнз – К.: МАУП, 2005. – 438 с.
2. Вайшенберг З. Новинна журналістика. – К.: Академія укр. преси, 2004 – 260 с.
3. Вільна преса. The Center for Foreign Journalists, 1992. -- 96 с
4. Зернецька О., Зернецький П. Трансформації вільного простору та парадигми впливу мас-медійних дискурсів. - <http://www.politik.org.ua>
5. Ляпина Т. Бизнес и коммуникации или Школа современной рекламы. К - Альтерпрес, 2002 - 331 с.

Володченко О.Н. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

В статье рассматриваются виды современных информационных технологий, их влияние на традиционную журналистику и связанные с этим требования к подготовке журналистских кадров.

Ключевые слова: журналистское образование, коммуникация, онлайн-журналистика, PR-технологии, информация

Volodchenko O.M. MODERN INFORMATION TECHNOLOGIES

In the article different kinds (and aspects) of modern information technologies and their influence on traditional journalism are considered. According to this new requirements for preparation of skilled journalist are necessary.

Key words: journalistic education, communication on-line journalism PR-technologies, information

Поступила до редакції 27.03 2007 р.