

УДК 070:004.738.5

КІБЕР ЖУРНАЛІСТИКА – МОДЕЛЬ НОВОГО ПОДАННЯ ІНФОРМАЦІЇ

Катерина Конопляникова

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79000, м. Львів, Україна,
e-mail: journft@franko.lviv.ua*

Висвітлення етапів розвитку журналістики в Інтернет мережі. Шлях подання інформації від веб сторінки до віртуального, трьохмірного простору. Нові можливості інтерактивного обміну інформації за рахунок кібер журналістики. Перспективи та недоліки у розвитку нових медіа технологій.

Ключові слова: інформаційне суспільство, Інтернет, віртуальна реальність, кібер простір, «second life».

Актуальність теми

З виникненням Інтернету, коли будь-яка інформація стала доступною для безмежної кількості людей, світ набув чуттєвих змін, під які в першу чергу попали ЗМІ. Інтернет має набагато більшу аудиторію, ніж будь-які паперові мас - медіа чи навіть континентальне супутникове телебачення; і цю аудиторію складніше поділити на сегменти.

Інтернет надзвичайно сильно впливає на кожного мешканця планети. Цей вплив полягає в зміні нашого сприйняття ідентичності, свободи, демократії та власне інформаційного суспільства [2, с.52].

Інтернет пропонує множини віртуальних просторів для обміну й самовираження. Міжнародний, міждисциплінарний, мультикультурний цифровий простір скасовує кордони та є частиною вирішальної соціальної й культурної трансформації. Він визначає нові коди репрезентації, що є єдиними для кіберпростору й покликаний сприяти аналізу та постановці питань. Трансформація творчих інструментів, в результаті відкриття цифрових технологій, дає змогу створювати неймовірні засоби висловлювання; як і нові взаємини між різними художніми дисциплінами – відео, кінематографом, образотворчим мистецтвом, театром, музикою, літературою, дизайном й архітектурою.

Тепер одним з ознак якісного видання є наявність його електронної версії в мережі Інтернет. Це не обов'язково повна публікація матеріалів з печатних шпальт, а коротка передача найважливішої інформації, анонсування подій, та надання тих матеріалів, які не увійшли до оригіналу.

Існує багато видань, які розповсюджують не тільки свої паперові версії,

а й електронні. У жовтні 1994 в Інтернеті з'явився перший журнал – Hot Wired, а наприкінці того ж року ще два видання. Вони почали активно розміщувати рекламу на своїх сторінках. Зараз реклама розташовується в основному на банерах, а ефективність розміщення вимірюється відвідуваннями [3, с.97].

За рахунок легкої доступності та практичності Інтернет - видання почали витісняти з ринку паперові ЗМІ та телебачення. Глобальна віртуальна мережа може з легкістю вміщувати в своїх просторах звукову та візуальну інформацію, надавати мультимедійний продукт швидко та без обмежень, таким чином відводячи у тінь традиційне ЗМІ, з одного боку, та спонукаючи до розвитку інший напрямок розвитку медіа – кібержурналістику.

Наукова розробка теми

Інтернет- журналістика, як новий різновид журналістики, виник в кінці ХХ століття, майже одразу з виникненням глобальної мережі Інтернет. Неодноразово писались наукові праці про перспективи та переваги онлайн-журналістики. Швидка подача інформації, легкий доступ до будь-яких новин, економія часу та грошей, яскравість та інтерактивність – переваги, які витісняють паперові видання до бібліотечних та редакційних архівів. Але в українському науковому середовищі питання переходу мас-медіа від текстової подачі матеріалу до кіберекспериментів не висвітлювались.

Постановка завдання

Завдання цього дослідження – спрогнозувати напрямки розвитку журналістики нового типу в кіберпросторі. Проаналізувати існуючі практики та дослідити вплив кібержурналістики на розвиток суспільства.

Кінець 90-х років примусив замислитись багатьох вчених над питанням, який подальший розвиток сучасних медіа. Здавалось, що коло замкнулось, і Інтернет -журналістика стала фінальною крапкою розвитку. Який подальший розвиток журналістики? Повернення до традиційних газет та журналів чи все ж таки розвиток у напрямку нових медіа технологій? Хоча існування традиційного та мультимедійного варіанту періодики в одній часо-просторовій системі координат не заперечують один одному, а створюють живу конкуренцію.

В період розквіту соціальних мереж на інформаційну платформу виходить нова програма - Second Life («друге життя») – це трьохмірний віртуальний світ, який був розроблений та запущений у 2003 році компанією Linden Lab. Віртуальний проект, який об'єднує більше ніж декілька мільйон людей і щодня кількість учасників зростає. Це спеціально змодельований простір, в якому учасники можуть проводити час, створювати власне життя, будувати віртуальні будинки, купувати та продавати, закохуватись та проводити ділові зустрічі. Віртуальне життя, яке легко замінює реальність, воно не має негативних сторін – не існує смерті чи хвороби, всесвіт створюється відповідно до власних бажань та потреб. Окрім утопічного забарвлення SL набуває абсолютно практичного значення. Перш за все, це інформаційний простір з елементами розваг та навчання. Деякі університети використовували SL як простір для викладання іноземних мов. Міжнародні інформаційні агентства Рейтерс та CNN таким чином розповсюджують отриману інформацію, NASA (Національне управління по вивченню космічного простору) відкрило віртуальний дослідницький центр.

Також це альтернативний простір для розповсюдження та пошуку інформації.

Американській Університет в Каїрі створив експериментальний проект для дослідження віртуальних центрів новин. Частиною цього проекту було створення Dancing Ink Productions - кімнати новин в віртуальному світі Second Life для Камаль Адхам Центру підготовки журналістів і досліджень в університеті. Проектом керує ветеран американської журналістики Лоуренс Пінтак. Фінансується за рахунок субсидій з USAID. Перші мешканці віртуальної кімнати новин стали вісім єгипетських блоггерів [5].

Принципова різниця існування інформації в режимі Інтернет- видань та в межах кіберпростору полягає в тому, що в першому випадку використовується лише зорове сприйняття інформації (рідше слухове), в другому - це мультикомплекс, який складається з дії, слуху та візії. Термін «кіберпростір» вперше було введено Вільямом Гібсоном, канадським письменником – фантастом, в 1982 році, в його новелі «Спалювання Хром» в журналі «Омні». Кіберпростір – це «світ» комунікації, здійснений за допомогою комп'ютерної мережі [4].

Існує два методи «потрапляння» до віртуальної реальності. Перший був створений у 1984 році службою НАСА і має назву - Head Mounted Displays, що дослівно перекладається, як Дисплей на голові, тобто шолом, який слугує кордоном між віртуальним та реальним світами, захищаючи голову від головних подразників.

Другий - CAVE environments – камера віртуального простору, створена групою EVL в університеті штата Іллінойс у 1992 році [4]. Яскравим прикладом цього методу є проект, який був створений на межі науки та мистецтва. Альтернативне подання тексту, де текст виступає, як всесвіт, існуючи у віртуальній реальності. Проект Джеффри Шоу «*Legible City*» (Буквальне місто), 1988 – 1991 роки створення: перед великим екраном зафіксований велосипед, на якому можна здійснити подорож по віртуальним вулицям Амстердаму, де замість будинків розміщені великі літери. Одна літера – один будинок, літера до літери і виходить слово, а слова складають текст, з якого виходить історія цього міста. Таким чином, цей проект став знаковим не лише в сфері сучасного мистецтва, а й зайняв чітку позицію в створенні нових форм подання інформації та відношення до тексту не як стативи, а до інтерактивного сприйняття головними органами.

Висновки

Поступово віртуальний світ перетворився зі сфери суто обміну інформацією на багатогранне явище, набувши, зокрема, функцій управління, регуляції товаропотоків та засобу заробляння грошей [1, с.16]. Технічний прогрес може прийти на зміну традиційним методам існування соціальних стосунків та поширення інформації. Чи можна в такому випадку очікувати абсолютне зникнення паперових видань? Французький філософ Жан Бодріяр пропонує своє бачення речей. Людина має невід'ємне бажання «володіти». Не можливо володіти інформацією в віртуальній мережі. Ця мережа занадто доступна для всіх бажаючих, відкрита для всіх споживачів. Через неї можна отримати інформацію, але не можна нею володіти. Принцип «колекціонування» - зберігання спогадів, улюблених речей, книжок та

інформації, яка подається у друкованому вигляді. Віртуальна мережа створює безліч шляхів отримання інформації, швидко, з різних куточків світу. Але коли ця інформація важить для реципієнта більше ніж лише швидкий огляд новин, то читач спробує придбати її у паперовому вигляді, з глянцевою обкладинкою, щоб зберегти, щоб не забути, та й в будь-яку секунду погортати сторінки, переглянути картинки. Повернутись до тексту в будь-який час, без посередництва технічних засобів. Створити прямий діалог з продуктом, незалежно від електроенергії, мережі Інтернет та технічного забезпечення. Читач – колекціонер в кінцевому результаті хоче володіти. Збирати та володіти. Гортання сторінок – це певний акт, діалог читача з предметом, в даному випадку з друкованим виданням. Розмова, яку треба пережити емпіричним шляхом: дотики, переживання, атмосфера, все те, що творить цілісну картину тексту.

-
1. *Берчак І.* Еволюція віртуальних засобів масової комунікації та проблеми інформаційної безпеки // Актуальні проблеми журналістики. Збірник наукових праць. – Ужгород, 2001. С.15-24.
 2. *Джим Гол.* Онлайнова журналістика./пер з англ.- К.: «К.І.С.», 2005. – 344с.
 3. *Іванов В.* Регулювання діяльності комп'ютерних мас медіа //Актуальні проблеми журналістики. Збірник наукових праць. – Ужгород, 2001.С.92-106.
 4. *Манжсай О.* Використання кіберпростору в оперативно-розшуковій діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/pib/2009_4/PB-4/PB-4_48.pdf
 5. Virtual Journalism at the American University in Cairo [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dancinginkproductions.com/2010/06/22/the-virtual-newsroom-at-the-american-university-in-cairo/#ixzz0WQ3k1iVH>

CYBER JOURNALISM - A NEW MODEL OF AN INFORMATION

Kateryna Konopliannykova

*Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky str. 49, 79044, Lviv, Ukraine,
e-mail: journft@franko.lviv.ua*

Coverage of the stages of development journalism in the Internet network. Way of providing information on web pages to a virtual, three-dimensional space. New features interactive exchange of information through cyber journalism. Prospects and limitations in the development of new media technologies.

Key words: informatsiynе suspilstvo, services Internet, virtualna realnist, kiber Prostir, «second life».

КИБЕР ЖУРНАЛИСТИКА – МОДЕЛЬ НОВОЙ ПОДАЧИ ИНФОРМАЦИИ

Катерина Конопляникова

*Львовский национальный университет имени Ивана Франко,
ул. Генерала Чупринки, 49, 79000, г. Львов, Украина,
e-mail: journft@franko.lviv.ua*

Освещение этапов развития журналистики в Интернет сети. Путь предоставления информации от веб страницы до виртуального, трехмерного пространства. Новые возможности интерактивного обмена информации за счет кибер журналистики. Перспективы и недостатки в развитии новых медиа технологий.

Ключевые слова: информационное общество, Интернет, виртуальная реальность, кибер пространство, «second life».

Стаття надійшла до редколегії 23.12.12

Прийнята до друку 10.01.13