

ИНТЕРНЕТ-РАССЛЕДОВАНИЕ: ВИРТУАЛЬНАЯ «АГЛОМЕРАЦИЯ» МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ПЛАТФОРМ

С глобализацией информационных и финансовых потоков, развитием инфокоммуникационных технологий и медиасферы в целом, журналистское расследование приобретает черты трансграничного расследования, охватывающего различные страны и регионы и аккумулирующего транснациональные информационные потоки.

В данный момент журналистская расследовательская деятельность все больше осуществляется в интернете, что позволяет говорить о формировании нового формата журналистского расследования. А именно, расследования «электронного», основанного на интеллектуальных и технологических трансграничных коллаборациях. Участниками таких коллабораций могут стать представители различных стран и регионов; журналисты-фрилансеры и блоггеры, а также международные журналистские сообщества.

На данный аспект все больше обращают внимание международные журналистские организации, в частности, Международная журналистская сеть (IJNet), усматривая в применении «цифровых» инструментариев новые возможности для проведения эффективного расследования и обеспечения безопасности журналиста / информатора / редакции, т. е. «полного цикла» журналистского расследования.

Однако на постсоветском пространстве данный тренд не получил достаточно глубоко освещения. Комплексный подход к проведению журналистского расследования с учетом современных мультимедийных средств до сих пор остается вне пристального внимания исследователей и практиков медиасферы. Также наблюдается незначительная осведомленность журналистского сообщества в современном мультимедийном инструментарии. Во многом это объясняется недостаточным уровнем технологической подготовки журналистских кадров, несмотря на постулируемую задачу формирования «универсального» журналиста, чьи действия были бы релевантны современной медиасреде.

В связи с этим есть необходимость определить эффективный технологический инструментарий (мультимедийные платформы и инструменты), который содействовал бы:

– проведению качественного журналистского расследования; давал бы возможность обеспечить комплексную цифровую защиту всех участников процесса журналистского расследования («полного цикла журналистского расследования»);

– обеспечивал бы полноту восприятия результатов журналистского расследования различными категориями пользователей.

Такой инструментарий должен обладать характеристиками универсальности, в т. ч. и языковой, чтобы быть понятным на интуитивном уровне журналистам различных стран и регионов.

Первые шаги в этом направлении уже сделаны. Так в рамках борьбы с фейками, прежде всего, в политической сфере, разрабатывается специальная сеть, которая позволит оценивать новость на основании нескольких показателей, а не просто объявлять эту новость истинной и ложной («черное» – «белое» в пропагандистском дискурсе). Следует также отметить инициативы Google и Facebook, а также такие проекты глобального журналистского сообщества, как WikiTribune – новостной сайт, авторы которого ориентированы на проверку новостей или International Fact-Checking Network – специальная сеть, реализующая антифейковые тенденции.

В этой связи необходимо тщательно изучать как риски и вызовы, так и возможности, которые открываются для журналистского расследования в контексте развития современных инфокоммуникационных технологий и разнообразия мультимедийных платформ и сервисов, призванных помочь журналистам в их профессиональной деятельности. А также особое внимание обратить на тренд коллаборации, следование которому дает хорошие результаты как при подготовке материалов журналистского расследования, так и, особенно, при публикации его результатов. Работа в международной команде (интеллектуальная коллаборация) способна существенно снизить риски проведения расследования. Технологическая коллаборация позволяет комплексно воспользоваться современными мультимедийными платформами и конвергентными услугами и сервисами.

Учитывая ограниченный объем текста, в данной публикации мы не будем подробно анализировать конкретные платформы и сервисы. Этому вопросу посвящена монография автора. Выделим категории мультимедийного инструментария, которые позволяют обеспечить безопасность на всех уровнях «замкнутого цикла» журналистского расследования.

1. Сервисы для поиска и верификации информации. Здесь особо следует отметить разнообразные базы данных, действующие в открытом доступе и содержащие информацию, как о людях, так и объектах инфраструктуры и коммерческих проектах, а также широкие возможности, предоставляемые поисковыми системами; сайты-агрегаторы новостей, материалы социальных медиа – блогосферы и социальных сетей.

2. Сервисы, позволяющие осуществлять коллаборации с пользователями. Здесь во многом актуален опыт «лидеров мнений» в блогосфере и социальных сетях, а также использование многочисленных мобильных сервисов.

3. Сервисы, позволяющие журналистам упорядочить собранную информацию и осуществлять ее анализ. В этой связи, в первую очередь следует отметить возможности, открывающиеся при использовании «облачных» технологий и технологий «Больших данных» (Big data), а также технологии, позволяющие представить результаты расследования в различных форматах, ориентированных на разные страты пользовательской аудитории с учетом разнообразия гаджетов, которые используются для передачи/ получения информации.

4. Использование средств цифровой безопасности, что касается как редакций в целом, так и отдельных журналистов, прежде всего, фрилансеров, информаторов, а также других участников журналистского расследования.

Журналистское расследование, как и журналистская деятельность в целом, становится в настоящее время высокотехнологичным процессом. Использование современных инфокоммуникационных технологий способно предотвратить превращение журналистики в пропаганду и обеспечить в эпоху «пост-правды» открытую незаангажированную оценку политических и социально-экономических событий.

Татьяна Рыжова

Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского (ННГУ) (Россия)

«ЛЕДНИКОВЫЙ ПЕРИОД» МЕДИА: МЕССЕНДЖЕРЫ КАК НОВАЯ ПЛАТФОРМА ДЛЯ МУЛЬТИКАНАЛЬНЫХ СМИ

Если М. Маклюэн в своей работе «Понимание Медиа: внешние расширения человека» назвал телевидение «холодным», а радио «горячим» каналом массовой коммуникации, проводя ранжирование по характеру их восприятия и воздействия, то с приходом современных социальных сетей и мессенджеров мы, похоже, вступили в ледниковый период.

Традиционные каналы уже давно потеряли монополию на массовую коммуникацию, и мультিকанальность СМИ в нынешнем мире соцмедиа – это уже не роскошь и не расширение аудитории, а необходимая норма. С появлением и массовым распространением мобильного интернета стало очевидно, что перед медиа обозначены новые вызовы и, при этом, новые возможности, ключевая из которых – быть максимально близко к аудитории, буквально «на расстоянии вытянутой руки» со смартфоном, абсолютно в любом месте и в любое время в условиях потенциального круглосуточного онлайн.

Как показывают исследования и опыт соцсетей, интернет-пользователи предпочитают получать информацию именно на тех ресурсах, где проводят больше времени онлайн, а именно – в социальных сетях. Тем временем, в мире с 2015 года аудитория четырех главных мессенджеров (WhatsApp,