

КТО БУДЕТ «ДЕЛАТЬ» МУЛЬТИМЕДИА?

Вашкевич В. Р., канд. филол. наук, доц., г. Минск

Понятие «мультимедийная продукция» тесно связано с понятиями «информационное общество», «супермагистралей информации», «мультимедийные носители» и т. д. Все эти термины на сегодняшний день имеют широкое толкование и не всегда воспринимаются однозначно, если вообще воспринимаются.

Передача мультимедийных данных интересует как телекоммуникационные корпорации, так и телерадиовещательные компании. Ни одни, ни другие на сегодняшний день не располагают достаточно развитой для этого инфраструктурой. И несмотря на то, что необходимы серьезные преобразования в технологиях, оборудовании, значительные капиталовложения в производство, многие рассматривают мультимедиа не как угрозу своим доходам, а как потенциальный прорыв на богатейшие рынки. Оба вышеназванных сектора экономики, ранее абсолютно не соприкасавшиеся, сегодня начинают сближаться, а иногда и объединяться.

Для передачи и распределения действительно мультимедийной информации необходимо преодолеть многие технологические трудности. Как мы знаем, мультимедийная продукция содержит различные составляющие: текст, звук, изображения, к которым нужно еще добавить высокий уровень интерактивности. Для этого необходима специализированная инфраструктура. Следует учитывать, что мультимедийные данные требуют широкой несущей частоты и двунаправленного соединения для обеспечения интерактивности, программного обеспечения, позволяющего подсоединяться к различным сетям. Такая структура описывается слоганом 3А: «Anytime, Anything, Anywhere» (Всегда, Все, Везде).

Сегодня в Беларуси и других странах СНГ наибольшее развитие получили информационные магистрали. Телефонные сети позволяют владельцам персональных компьютеров с помощью модемов обмениваться текстовой, как правило, а иногда и звуковой информацией. Часто собеседники не знают друг друга, но ведут оживленные диалоги. Телефонные сети имеют невысокую пропускную способность. Поэтому звук высокого качества или же видеоизображения здесь практически не пере-

даются. Можно считать, что подобные сети являются первым, простейшим уровнем Интернета.

Технологии супермагистралей информации создают технологическую базу информационного общества. Безусловно, информация составляет основу любого общества. Поэтому можно говорить о том, что любое общество — информационное.

«Новое» информационное общество значительно отличается от предыдущей модели способами коммуникации: мультимедийностью передаваемой информации; анонимностью и географической нейтральностью, которые дает Интернет (пользователю часто не важно, находится его собеседник в соседнем квартале или на другом конце мира); дематериализацией продуктов обмена (книга, материальный объект преобразуются в биты).

Следует добавить, что резко возрастающие потоки информации вызывают у многих пользователей реакцию отторжения. N. Negroponte, директор медиалаборатории Массачусетского технологического института, считает, что традиционная парадигма взаимоотношений «человек — машина», в которой разумный человек общается с «тупой» машиной, в информационном обществе коренным образом изменится. Уже сегодня появляются разработки, позволяющие компьютеру понимать нормальный человеческий язык. И, возможно, в этом случае развитие средств мультимедийной коммуникации приведет к полной победе звука и изображения над традиционным печатным текстом.

Возникает проблема не только средств выражения какой-либо информации, но и содержания самой информации. Очевидно, что США — лидер в развитии аудиовизуальных медиа и программного обеспечения — получают огромные преимущества над остальными регионами мира и станут не только экономической сверхдержавой, но и информационной.

Очевидно, что супермагистралю информации, сети высокой пропускной способности при всех своих преимуществах ставят перед обществом много проблем. Но любое государство, если оно не хочет оказаться в последних рядах мирового сообщества, должно искать свое место в рынке новейших технологий коммуникации. И уже сегодня Беларуси на национальном уровне необходимы, с одной стороны, программы, способные привести новейшие технологии коммуникации к широкому потребителю, а с другой, в области образования, — программы, обучающие население пользоваться новейшими технологиями коммуникации. Безусловно, с учетом всего того, о чем говорилось выше.

Есть два мнения о подготовке кадров, способных создавать национальную мультимедийную продукцию. Согласно первому, традицион-

ному, считается, что мультимедийную продукцию могут создавать лишь специалисты в области информатики, профессиональные программисты. Если тут проводить прямую аналогию, то получится, что и телевизионные передачи должны создавать специалисты в теле-, радиотехнике. Но в реальной жизни создателями телепередач являются журналисты. Также и в создании мультимедийной продукции. Непосредственно технологический процесс создания Web-сайта, DVD-ROM диска и т. д. должны и могут контролировать специалисты в области информатики. Содержание и оформление этого содержания все же прерогатива специалистов в области аудиовизуальной коммуникации. Учитывая, что программное обеспечение создания мультимедийной продукции все более упрощается, в определенной степени напоминает конструктор, из деталей которого при определенных навыках можно создать огромное разнообразие новых продуктов, то, по моему мнению, именно гуманитарное направление в области подготовки кадров для национальных мультимедиа является наиболее перспективным.

Специальность «Информация и коммуникация» имеет широкий спектр практического приложения. Она соответствует лучшим образцам университетского образования стран Западной Европы и Северной Америки. Коммерческие структуры в Республике Беларусь это уже поняли. К нам приходят запросы от различных фирм и предприятий. Кому-то нужен специалист для организации Интернет-издания, кому-то — группа студентов для организации рекламной деятельности, кому-то — ответственный по связям со СМИ. Такие заявки мы получаем практически ежедневно. К сожалению, государственные предприятия и организации, ведомства и учреждения пока такой активности не проявляют. Хотя задача Белгосуниверситета — готовить специалистов не просто для страны, но прежде всего для организаций с государственной формой собственности.