УДК 1:316.774
DOI: 10.24411/2070-0695-2020-10403

О. А. Дмитриев
Высшая школа экономики,
Москва

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ АЛЬТЕРНАТИВНЫХ МЕДИА В ПОДГОТОВКЕ МЕДИАСПЕЦИАЛИСТОВ

Статья обобщает опыт автора по формированию теории альтернативных медиа, которая постоянно применяется в подготовке специалистов в области международных медиа в НИУ «Высшая школа экономики». Цель статьи – описать теоретическую базу и инструменты альтернативных медиа, которые оказываются знаковыми для обучения профессионалов в этой отрасли. Особое внимание уделяется трактовке понятий «альтернативные медиа», «концепт» и «картина мира» в трудах медиаисследователей и практиков. Автор опирается на исследования российских ученых, так как в западной науке понятие картины мира не изучалось как единое целое: оно фигурировало в различных областях знаний. Делается вывод о том, что альтернативные медиа, концепты, а также формируемая с их помощью картина мира помогают пользователю ознакомиться с противоположными взглядами на различные темы международной жизни. В конце статьи обозначаются механизмы, которые оказываются успешными в подготовке журналистов на основе материалов альтернативных медиа.

Ключевые слова: альтернативные медиа, классификация, новости, концепт, картина мира, образование, магистратура, международная среда.

Введение. Развитие мультимедийных приемов подачи информации в XXI веке

В первой трети XXI века активно трансформируется система переработки, сбора и использования информации. Главными факторами в новом мире становятся избыточность источников новостей, разнообразие форм их представления, индивидуализация в потреблении медиапродукта. Новые медиареалии активно изучаются в разных странах теоретиками медиа, журналистами и лингвистами [8; 12].

Развитие медиатехнологий вызывает вопрос: как изменяется содержание информационных сообщений и информационных историй в связи с глобальными изменениями в системе массовых коммуникаций? Как изменяется в этой связи процесс подготовки специалистов в сфере международных медиа?

Ключевой характеристикой современных медиа является тот факт, что потребители новостей уже сами отбирают наиболее подходящие для них источники информации. Причем эти источники зачастую могут не совпадать с традиционными, признанными во всем мире средствами массовой информации. Это произошло благодаря появлению технологий Web 2.0, появившихся в конце «нулевых годов» XXI века, которые понимается рядом авторов как совокупность проектов и сервисов, активно развиваемых и улучшаемых самими пользователями. Данная технология дала толчок активному развитию блог-платформ (LiveJournal, BlogSpot), социальных сетей (Facebook, Vkontakte, Instagram), в которых благодаря определенным шаблонам пользователь мог загружать свой собственный контент. Его популярность и востребованность привели к дальнейшему развитию технологий Web 2.0. Большую популярность набрали блог-платформы, социальные сети, которые специализируются как на текстовой, так и визуальной информации. Параллельно с этим большое внимание привлекли и компьютерные игры. Постепенно эти проекты и сервисы становились не только развлекательными: в них сильнее стал присутствовать информационный компонент. Например, создатели платформы Youtube до 2009 года не рассматривали свою платформу как средство доставки информационного контента. Однако успешное продвижение круглосуточного информационного телеканала RT, который стремительно увеличивал количество просмотров, заставило руководство видеохостинга изменить свое мнение. По состоянию на июнь 2018 года количество уникальных заходов на страницу RT составило 9 миллионов пользователей.

Новые технологии дали толчок к появлению новых источников информации, которые быстро завоевали популярность у пользователей. Информационные страницы в Twitter, посты в сетях стали появляться не только от имени блогеров. Начиная с 2009 года, на сервисах, использующих технологию Web 2.0, стали появляться мнения, не совпадающие с традиционными, общепринятыми ценностями признанных мировых (далее – «мейнстримовских») СМИ. К «мейнстриму» автор относит американские газеты и порталы The New York Times, The Washington Post, The Los Angeles Times, The International Herald Tribune, британские The Times, The Daily Telegraph, The Guardian, французские Le Mond. Сюда относятся и телеканалы BBC World, CNN International, которые доступны не только в Великобритании и США, но также в кабельных сетях и гостиничных номерах более чем в 150 странах мира. Похожие тенденции прослеживались и на национальных и местных уровнях. Одним из наиболее дискуссионных примеров стало появление сайта Meduza, который был основан в Риге в 2014-м году: позиция редакции по многим вопросам сильно расходится с редакционными устоями государственных медиа России.

Исследователями неоднократно подчеркивалось, что монополизация представлений о мире глобальными мейнстримовскими медиа приводит к частичной потере доверия со стороны общественного мнения. У многих из них появляется однотипное освещение повестки дня. Исследователи не раз отмечали полную солидарность и единодушие мейнстримовских СМИ – как национальных, так и транснациональных – по различному кругу обсуждаемых вопросов [1]. Это одна из причин, по которой уже более чем 10 лет международный медийный мейнстрим начинает испытывать достаточно сильную, а порой даже и жесткую конкуренцию со стороны недавно появившихся телеканалов и медиа-платформ, которые достигли рекордных показателей в приросте аудитории.

Например, портал Huffington Post долгие годы являлся агрегатором популярной альтернативной информации. На сегодняшний день портал в полной мере можно считать «мейнстримовским» СМИ, так как точка зрения авторов портала на события полностью совпадает с мнением авторов статей в The New York Times и The Washington Post. Напротив, появившийся чуть позже портал Buzzfeed.com остается выразителем мнений различного рода «партизанских» групп (сторонников ношения оружия, ветеранов, экологов, либертарианцев и т.п.), которые не являются частью американского и международного истеблишмента. В последнее время наблюдается также стремительный рост количества юмористических программ, создаваемых на основе текущих событий – таких, как Daily Show в США и Splitting Image в Великобритании. Некоторые зрители узнают о событиях не из первоисточника, а непосредственно от героев и ведущих этих программ [3].

Изложенные выше примеры подтверждают, что на сегодняшний день настала необходимость провести системный анализ альтернативных медиа, механизмов их классификации, развития компонента новизны и парадигмы из возможного перехода в мейнстрим.

О природе международных альтернативных медиа

До сих пор до конца не изучена природа альтернативной подачи информации, не проанализированы теоретические основы «других» медиа, не изучена трансформация принципов традиционных медиа в альтернативных медиа. Хотя нельзя не отметить, что некоторые теоретические изыскания в этой области все-таки были сделаны, так как термин «альтернативные медиа» уже обозначался в лингвистических, психологических и медийных исследованиях XX века.

Под альтернативными медиа понимается совокупность информационных ресурсов, которые так же, как и мейнстримовские СМИ, могут быть организованы юридическими лицами или являться частной инициативой, однако они имеют свою повестку дня, отличающуюся от мейнстримовских СМИ, работающих в том же самом сегменте целевой аудитории [3].

Попытки систематизации взглядов на альтернативные медиа принимал и британский ученый Крис Эттон. Однако ему удалось обозначить лишь направления исследований, которые он считал перспективными [7]. Среди них: взаимосвязь альтернативных медиа с сообществом потребителей, парадигма и типология конкуренции с мейнстримовскими медиа, совершенствование механизмов формирования уникальных и достоверных историй. Однако Эттону не удалось разработать полномасштабную классификацию этого явления. Напротив, его определение

альтернативных медиа считается одним и самых размытых: под ними британский исследователь понимает совокупность всех нетрадиционных медиапроектов, которые развиваются по своим собственным законам. Проблема в данном определении заключается в том, что оно не показывает связи и различия с термином «новые медиа», который также используется в современных медиаисследованиях.

Еще одной вехой в описании альтернативных медиа стала классификация австрийского исследователя Кристиана Фукса, который суммировал критерии отличия альтернативных медиа от мейнстримовских. Главные из них: ориентация на «человеческие» истории и на взгляды экспертов; критичность по отношению к идеологическим установкам мейнстримовских медиа; первичная роль инноваций в альтернативных медиа; «вирусный» характер продвижения альтернативных медиаплощадок в отличие от традиционной маркетинговой зависимости со стороны «мейнстрима» [10].

Помимо общего отношения к альтернативным медиа, существует и критерий: «общенациональный – локальный», сторонником которого является Ник Коулдри, который считает, что альтернативность того или иного медиа тесно связана со степенью локальности медиа. Ибо, по мнению исследователей, именно в местных сообществах изначально формируется точка зрения, которая, по сути, отлична от общепринятых канонов мирового, государственного либо муниципального порядка [9]. Все эти местные реалии могут изменять базовые поведенческие алгоритмы человека и по отношению к потребляемым СМИ. Именно в локальных средах медиа поддерживают «субъективную реальность» индивида, формируя его идентичность. В процессе первичной социализации человек овладевает знанием, позволяющим решать рутинные проблемы в «базовом» сегменте социального мира, то есть в своем привычном сообществе.

Отдельного внимания заслуживает рассмотрение вопроса о том, как способы альтернативной подачи информации в силу своего широкого распространения могут становиться популярными. Это особенно заметно в развитии новых визуальных реалий, таких как интерфейс компьютера, видеоблог и дисплей мобильного телефона [5]. На сегодняшний день популярными способами стали такие альтернативные формы подачи информации, как «вертикальная съемка» и панорамы с мобильного телефона для размещения в социальной сети Instagram, видеоблоги с использованием элементов компьютерной графики и виртуальной реальности. Данные формы, несмотря на большую популярность в разных странах мира, также имеют альтернативную природу и позволяют изменять привычные представления аудитории об окружающем мире.

В исследовании и обучении журналистов основам альтернативных медиа крайне важны следующие реалии:

– периодически возникающая в разных странах полемика части общества с официальными заявлениями и комментариями (наиболее актуальный пример – ограничение вещания российских международных СМИ RT и Sputnik в 2017 году, которые предоставляют альтернативную информацию с позиции мира, а также периодически возникающая дискуссия об ограничении вещания «Голоса Америки» в Российской Федерации в силу различия методов подачи материала и редакционной политики);

– потребность в определении редакциями уникального угла подачи информации, который может дать медиапотребителям полную картину происходящих событий. Особое внимание уделяется тем деталям, которые остаются вне зоны внимания представителей мейнстримовских медиа в разных странах;

– распространение альтернативной точки зрения, отличной от международных мейнстримовых медиа, со стороны СМИ ряда государств, официальная позиция которых не всегда находит поддержку в мейнстримовских медиа. В качестве примера можно привести активное развитие англоязычных круглосуточных каналов в разных странах мира (RT в России, Al Jazeera International в Катаре, TRT International в Турции, NHK World в Японии и т.п.);

– активное освещение международной информации в социальных сетях, в котором принимают участие как рядовые граждане и блогеры-активисты, так и средства массовой информации. Особое внимание авторы таких сообщений обращают на цифры, факты и детали происходящего, которые не всегда доступны на общедоступных мейнстримовских информационных каналах передачи информации;

– необходимость описания реалий, которые происходят в интерактивном медиадискурсе с позиций смежных наук: когнитивной лингвистики, психолингвистики, семиотики, семантики. Повышается необходимость рассмотрения прагматики, направленности современных информационных сообщений с точки зрения выражения сути, интенции, направленности, а также источников информации, которая распространяется всевозможными средствами доставки.

В своей деятельности рассматриваемые международные альтернативные медиа, телеканалы RT (Российская Федерация) и Al Jazeera International (Катар) используют не только эфир, но и различные мультимедийные инструменты и платформы. Это позволяет привлечь к контенту не только тех, кому интересен весь спектр мнений по текущим мировым вопросам, но и молодежную аудиторию, проявляющую интерес к международным событиям через соцсети и другие мультимедийные инструменты. Особую роль в данном случае играют те концепты, которые интерпретируются вышеупомянутыми СМИ для создания альтернативной картины мира.

По своему характеру концепт – это обобщенное представление, которое получает языковое выражение в виде целого ряда языковых знаков [4]. И. А. Стернин и З. Д. Попова определяют концепт как «дискретное ментальное образование, являющееся базовой единицей мыслительного кода человека, обладающее относительно упорядоченной внутренней структурой, представляющее собой результат познавательной (когнитивной) деятельности личности и общества и несущее комплексную, энциклопедическую информацию об отражаемом предмете или явлении, об интерпретации данной информации общественным сознанием и отношении общественного сознания к данному явлению или предмету» [6]. Данное определение представляется наиболее полным. Оно позволяет учесть все аспекты рассматриваемого нами явления.

Если говорить о понятии «картина мира» как о совокупности концептов, то в гуманитарных науках оно только начинает оформляться. А. П. Валицкая описывает картину мира как «способ систематизации коллективного знания, инструмент изучения истории культур, инструмент моделирования реальности» [2]. В этом случае понятие «картина мира» выступает как универсальная категория. Оно выражает те представления об окружающем, которые возникают в сознании людей на основе приобретенных знаний на всех уровнях и во всех формах познания мира.

Само понятие «картина мира» не всегда упоминается зарубежными учеными. Однако как совокупность концептов и их репрезентации она отражается в различных трудах по философии языка. Исследователь из Университета Северной Каролины Уильям Лайкен рассматривает совокупность семантических значений, которые определяют убеждения человека [11]. Вместе с тем допускается, что в данном смысле совокупность значений не является абсолютной, так как в отдельно взятом дискурсе некоторые концепты не могут быть актуализованы, но они могут пригодиться для будущих актуализаций.

Преподавание системы альтернативных медиа для студентов магистратуры направления «Медиакоммуникации»

Приведенные выше постулаты были применены автором статьи для разработки учебной программы магистратуры «Производство новостей в международной среде» на Факультете коммуникаций, медиа и дизайна НИУ «Высшая школа экономики». Данная программа рассчитана на выпускников бакалавриата российских и зарубежных учебных заведений, заинтересованных в получении магистерского образования в сфере глобального медиапроизводства на английском языке, а также на представителей различных непрофильных специальностей различного уровня.

Большую часть студентов первого набора, который был осуществлен в 2019-м году, составили специалисты с лингвистическим образованием. Поэтому основная задача преподавателей – пробудить интерес студентов к работе в современной медиасреде. Все курсы программы ведутся на английском языке. Учеба началась с занятия в рамках авторского курса «Введение в альтернативные медиа» (Introduction to Alternative Media). Его автор – творческий руководитель программы, генеральный директор телеканала RT Алексей Николов. Задача курса – научить критическому отношению к информации, которая зачастую механически

цитируется ведущими мировыми СМИ, а также познакомить с успешными способами представления альтернативной информации в «новых медиа».

Среди других дисциплин – «Основы творческой деятельности журналиста» (Basic of Journalism), «Современные медиатехнологии» (Media technologies), «Медиаэкономика» (Media Economy), «История и теория медиа» (History and Theory of the Media). Помимо этого, студенты посещают проектный семинар по исследованию и анализу аудитории современных медиа.

В течение обучения студенты получают полное представление о функционировании современных медиасистем и глобальном рынке новостей. Особый упор делается на структуру контента международных мейнстримовских альтернативных медиа. С помощью выполнения практических заданий студентам предлагается самим определить разницу в освещении актуальных событий современной жизни – таких, как борьба с глобальной пандемией, выход Великобритании из Евросоюза, президентские выборы в США, события и мифы, связанные с якобы имеющим место распространением биологического вещества “Novichok” в Европе.

Часть такого рода деятельности осуществляется с помощью индивидуальных проектов, посвященных исследованию глобальной тематики. Тем самым происходит активное знакомство студентов с формированием глобальной повестки дня в различных международных медиа.

Еще одно важное направление подготовки студентов магистратуры «Производство новостей в международной среде» – освоение практических навыков создания кроссмедийного и трансмедийного новостного контента в современных мультимедийных редакциях. Особый упор делается не только на создание информационного продукта, но и на его «упаковку» для различных мультимедийных платформ, в том числе и для социальных сетей. Учитывается практический опыт международного информационного агентства Sputnik по созданию постов для сети Instagram, опыт телеканала RT по технологии видеосъемки «видео-360» – панорамного визуального продукта для Youtube и социальных сетей. На протяжении двух лет работы участники осваивают навыки рассказчика мультимедийных историй «на камеру», что является одним ключевых навыков в продвижении и увеличении популярности альтернативных медиа.

В подготовке магистров, специалистов по созданию международных новостей, особое место занимают технологии верификации информации, которая выходит на новый уровень благодаря деятельности международного информационного агентства Ruptly, партнера международного круглосуточного телеканала RT. На таких занятиях обращается внимание не только на процедуры фактчекинга международных событий и механизмы анализа первоисточников, но и на эффективные мультимедийные инструменты верификации информации, которые помогут избежать неточностей в подаче материала и привлечь новых потребителей к контенту альтернативных медиа.

Во время изучения теоретических дисциплин (таких, как история и теория медиа, философия массовой коммуникации) будущим специалистам также предлагается применить результаты исследований ученых на базе практических кейсов из современной информационной повестки дня. Особое внимание уделяется изучению кейсов, которые не получают должного освещения в мейнстримовских медиа.

Таким образом, программа «Производство новостей в международной среде» Факультета коммуникаций, медиа и дизайна НИУ «Высшая школа экономики» отличается от других учебных программ следующими характеристиками:

– разработка собственной теории альтернативных медиа, а также типология их классификации;

– учет практических кейсов крупных международных медиа при разработке учебных заданий для студентов магистратуры;

– развитие знаний студентов по правовым основам деятельности международных медиа;

– постоянное обновление программ по обучению новым мультимедийным инструментам, которые появляются в современной международной среде.

Благодаря упомянутым выше факторам выпускники программы «Производство новостей в международной среде» получают широкие возможности для развития карьеры в индустрии медиа, образовательных и научных структурах как в России, так и за рубежом.

Список литературы

1. Бушев, А. Б. Дискурс глобальных медиа: оптика исследования / А. Б. Бушев. –Текст : непосредственный // Вестник ТвГУ. Серия: Филология. (1). – Тверь, 2015 – С. 187–195.
2. Валицкая, А. П. Новая школа России: культуротворческая модель: Монография./ А. П. Валицкая. – Санкт-Петербург : Изд–во РГПУ им. А. И. Герцена, 2015. – 146 с. – Текст : непосредственный.
3. Дмитриев, О. А. Инструментарий альтернативных медиа в привлечении аудитории в условиях мультимедийности / О. А. Дмитриев. – Текст: непосредственный // МедиаАльманах. – 2019. – № 1. – С. 40−47.
4. Лихачев, Д. С. Концептосхема русского языка / Д. С. Лихачев –Текст : непосредственный // Изв. АН СССР. Сер. лит. и яз. – 1993. – Т. 52. – № 1. – С. 4.
5. Лосева, Н. Аудитория новых медиа/ Н. Лосева. – Текст: непосредственный // Как новые медиа изменили журналистику. – Екатеринбург, 2016. – URL: http://newmedia2016.digital-books.ru/wp-content/uploads/2016/06/New-Media-2016.pdf (дата обращения: 19.09.2020).
6. Попова, З. Д. Язык и национальная картина мира / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Воронеж : Изд-во ВГУ, 2003. – 60 с. – Текст: непосредственный.
7. Atton, C. News Cultures and New Social Movements: Radical Journalism and the Mainstream Media / C. Atton. – Текст: непосредственный // Journalism Studies. – New York, 2002. – Volume 3. – Issue 4. – Pp. 491–505. – https://doi.org/10.1080/1461670022000019209.
8. Castells, M. The Information Age: Economy, Society, and Culture. Volume Two: The Power of identity / M. Castells. – Malden, MA : Blackwell, 1997.
9. Couldry, N. The mediated construction of reality. / N. Couldry, A. Hepp. – Текст: непосредственный. – Cambridge : Polity Press, 2016. – 256 p. – DOI: https://doi.org/10.1515/commun-2018-0007. – URL: https://www.researchgate.net/publication/309351501_The_mediated_construction_of_reality (дата обращения: 19.10.2010).
10. Fuchs, C. Alternative media as critical media / C. Fuchs. – Текст: непосредственный // European Journal of Social Theory. – Vienna. – 2010. – pp. 173–192.
11. Lycan, W. G. Philosophy of the language. Contemporary Introduction / W. G. Lycan. – London : Routledge, 2000. – 234 p. – Текст: непосредственный.
12. Manovich, L. The Language of New Media / L. Manovich. – The MIT Press, 2001. – 354 p. – Текст: непосредственный.

THE USE OF INTERNATIONAL ALTERNATIVE MEDIA IN THE TRAINING OF MEDIA SPECIALISTS

Dmitriev O. A., HSE University, Moscow, dmitrievoa@gmail.com

The article represents the results of the research on the interpretation of the alternative media theory that is used in the curriculum to train future international journalists at the media department of HSE University in Moscow. Special attention is paid to the tools that are used by alternative media to cover international news events omitted by mainstream media. The author gives its definition of alternative media, provides an insight on this phenomenon portrayed both by the scholars and media professionals all over the world. The goal of the research is to draw an outline of alternative media theory and its key instruments used in journalistic training at the masters' programme attended by former bachelors that did not study international journalism. The author concludes that international alternative media (RT and Al Jazeera international) outlets, their concepts and the worldview help both media consumers and students to learn various views and opinions on the global news agenda. At the end of the article one can find a set of tools that prove to be efficient in the training of international journalists on the basis of alternative media. The tools include training and filming for new media, news analysis and planning relevant news stories for international news agenda.

Keywords: alternative media, classification, news, concept, worldview, education, masters' programme, international environment.

References

1. Bushev, A. B. (2015). Diskurs global'nykh media. Optika issledovaniya [Global media discourse. Optics of the research]. *Vestnik TvGU* [Bulletin of TVGU], pp. 187-195. (In Russ.).
2. Valitskaya, A. P. (2015). *Novaya shkola Rossii: kulturotvorcheskaya model* [New school in Russia:a cultural creative model]. SPb, RGPU Publishing house, 146 p. (In Russ.).
3. Dmitriev, O. A (2019). Instrumentarii alternativnyh media v privlechenii auditoria v usloviah multimediinosti [Instruments of alternative media for accumulation of the audience in the multimedia age]. *Mediaalmanah* [MediaAlmanach], 1, pp. 40-47. (In Russ.).
4. Likhachyov, D. S (1993). Kontseptoshema russkogo yazyka [Concept scheme of the Russian Language]. *Izv. AN SSSR. Ser. lit. i yaz* [News of the USSR Academy of Sciences, Literature and language]. T. 52. № 1. (In Russ.).
5. Loseva, N. (2016). Auditoriya novikh media [New media audience]. *Kak novye media izmenili zhurnalistiku* [How new media have changed journalism]. Ekaterinburg, available at: http://newmedia2016.digital-books.ru/wp-content/uploads/2016/06/New-Media-2016.pdf, accessed 19.09.2020. (In Russ.).
6. Popova, Z. D. & Sternin, I. A. (2003). *Yazyk I natsional'naya kartina mira* [Language and national view on the world]. Voronezh, VGU Publishing. 60 p. (In Russ.).
7. Atton, C. (2002). News Cultures and New Social Movements: Radical Journalism and the Mainstream Media. *Journalism Studies*. New York. Volume 3. Issue 4. Pp. 491–505. https://doi.org/10.1080/1461670022000019209.
8. Castells, M. (1997). *The Information Age: Economy, Society, and Culture: Volume Two: The Power of identity*. Malden, MA: Blackwell.
9. Couldry, N. & Hepp, A. The mediated construction of reality, available at: https://www.researchgate.net/publication/309351501_The_mediated_construction_of_reality, accessed: 19.10.2010.
10. Fuchs C. Alternative media as critical media / C Fuchs. // European Journal of Social Theory, pp. 173–192, Vienna, 2010.
11. Lycan, W. G. (2000). *Philosophy of the language. Contemporary Introduction*. London : Routledge. 234 p.
12. Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. The MIT Press. 354 p.

Дмитриев Олег Аркадьевич, профессор департамента медиа НИУ «Высшая школа экономики», советник МИА «Россия сегодня», Москва.
ORCID: 0000-0001-9051-5988.
dmitrievoa@gmail.com

БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ СТАТЬИ
Дмитриев О. А. Использование международных альтернативных медиа в подготовке медиаспециалистов // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2020. № 4 (38). С. 26–32. DOI: 10.24411/2070-0695-2020-10403.

Dmitriev O. A. The use of international alternative media in the training of media specialists // Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija. 2020. No 4 (38), pp. 26–32. DOI: 10.24411/2070-0695-2020-10403.