

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СМИ

*Е.П. Князьков, Г.О. Могильницкая
(г. Томск, Томский политехнический университет)*

INFORMATION TECHNOLOGY INSPORT Media

*E.P.Knyazkov, G.O. Mogilnitskaya
(c.Tomsk, Tomsk Polytechnic University)*

This article discusses information technologies. The impact on sports journalism. In sports media allocate a number of channels, where technology is applied.

Стремительная информатизация современного общества является закономерным следствием развития технологической базы. На данный момент не составляет труда узнать, что произошло на другом конце земного шара. Эту возможность предоставляют современные средства связи, средства передачи информации, в числе которых радио, телевидение, телефония, электронная почта и глобальная сеть Интернет с ее «безграничными» возможностями. Между тем наряду с беспрецедентно возросшим потенциалом для информирования социума, появились такие же по размаху возможности для его дезинформирования [1].

Капиталом современного общества стала информация и тот, кто ее раньше приобретет и в наиболее достоверном варианте, получает значительные преимущества. Кроме оперативности в получении информации, использование новейших инструментов ИТ способно снизить транзакционные издержки: на каждое электронное письмо не нужно приклеивать марку, а однократная установка системы видеоконференцсвязи позволяет избежать систематических командировочных расходов.

Информационная технология формирует передний край научно-технического прогресса, создает информационный фундамент развития науки и всех остальных технологий. Определяющими стимулами развития информационной технологии являются социально-экономические потребности общества. Известно, что экономические отношения накладывают свой отпечаток на процесс развития техники и технологии, либо давая ему простор, либо сдерживая его в определенных границах. В свою очередь, социальное воздействие техники и технологии на общество идет, прежде всего, через производительность труда, через специализацию средств труда, а также путем исполнения техническими средствами трудовых функций человека.

Важным свойством информационных технологий является то, что для них информация является не только продуктом, но и исходным сырьем. Электронное моделирование реального мира требует обработки большего объема информации, чем содержится в конечном результате. Чем совершеннее компьютеры, тем адекватнее электронные модели и тем точнее предвидение естественного хода событий и последствий действий человека.

Информационное общество требует высокой культуры и доступа к новым высоким технологиям. Говоря о взаимоотношениях информационного общества и новых средств массовой информации, Я.Н.Засурский предлагает обратить внимание на три основных аспекта:

- 1) возможность передачи информации с помощью современных информационно-коммуникационных технологий и интернета;
- 2) расширение территории действия традиционных средств массовой информации в условиях интернетизации;

3) создание новых масс-медиа или новых средств массовой информации.

Традиционные СМИ широко используют интернет для своего распространения на локальном, федеральном и мировом уровнях. В условиях бурного развития информационных технологий происходят существенные перемены в традиционных СМИ – в печати, радио, телевидении: в доступе, способах доставки и в содержании.

Наименьшие трудности в перестройке с учетом новых технических требований испытывает радиовещание. Звуковая речь легко передается через интернет, для приема радиосигнала достаточно иметь компьютер, звуковую плату, колонки или наушники.

Сложнее всего приходится телевидению. К телевизионным программам интернет открывает отдельный доступ. Аналитики видят будущее в специализированном телевидении, рассчитанном на интересы отдельных сегментов аудитории. Развитию интернет-телевидения препятствуют технологические сложности в передаче видеоизображения, неустойчивость каналов связи, высокие системные требования, существенные потери в качестве изображения.

Прочные позиции сохраняют печатные СМИ, поскольку объединение различных видов информации в едином телевизионном или компьютерном варианте не отменяет текста. Одним из главных преимуществ является публикация информации обработанной высококвалифицированными специалистами. В результате читатель получает тщательно проанализированные и обработанные сведения[2].

Электронные СМИ в массовых спортивных коммуникациях обладают набором собственных характеристик и функциональных особенностей. В системе российских масс-медиа радио продолжает оставаться самым широкодоступным средством информирования различных слоев населения. Отсутствие специализированных спортивных радиостанций компенсируется большим количеством спортивных радиопрограмм, которые способны познакомить радиослушателя как с краткой, так и с более подробной информацией из мира спорта, с представлением анализа, оценки актуальных спортивных событий, историко-значимых явлений, с соответствующей интерпретацией фактов.

Телевидение выступает одним из организующих и стабилизирующих факторов в развитии спортивной массовой коммуникации на региональном уровне. Современная система телевидения обладает всеми необходимыми качествами, обуславливающими ее полноценное функционирование. Ей присуща многоканальность: в одном регионе могут одновременно работать от трех до десяти местных каналов[3]. Техническая база способна создавать конкурентоспособный продукт, используя такие технические приемы, как замедленная съемка; стоп-кадр; повтор кадра; общий, средний и крупный план; бегущая строка; анимационная инфографика и т.д. В соответствии с существующими телевизионными формами спортивная информация в регионах представлена в разных вариантах: в виде короткого двух-пятиминутного обзора в выпусках новостей, специализированного информационного выпуска, информационно-аналитических программ, многочасовых трансляций крупных состязаний.

Активно развиваются сетевые СМИ, успешно осваивающие, в том числе и проблематику спорта. К основным группам сайтов относятся сайты, в которых отражены: деятельность спортивных организаций; особенности того или иного вида спорта; отдельные спортивные соревнования; а также персональные странички спортсменов; странички болельщиков. Значительную группу составляют сайты, непосредственно связанные со спортивной интернет-журналистикой. К ним относятся: спортивные порталы; спортивные интернет-СМИ; спортивные рубрики в неспециализированных интернет-изданиях, спортивные разделы на сайтах радиостанций, телекомпаний; онлайн-версии спортивных ТВ-каналов; спортивное интернет-радио и интернет-телевидение; онлайн-трансляции спортивных состязаний; спортивные информационные интернет-агентства[4].

Бурно развивается спортивное интернет-радио, которое функционирует не только на федеральном, но и на региональном уровне. Интернет-телевидение ограничивается пока трансляцией спортивных соревнований в режиме online, однако в скором будущем может выйти на создание собственных программ.

Онлайн-трансляции спортивных состязаний — один из самых популярных видов спортивной информации в Интернете, дающий возможность аудитории проследить за спортивным соревнованием в режиме реального времени. К ним относятся текстовые, которые составляют 85-90 % от всех видов онлайн-трансляций. Чаще всего они встречаются на сайтах спортивных команд, клубов, спортивных букмекерских контор. Среди аудиотрансляций выделяются: собственные спортивные интернет-трансляции и трансляции (прямые включения) спортивных соревнований на традиционных радиостанциях, имеющих вещание в Интернете.

Существуют разновидности видеотрансляций:

- фрагментарные, представляющие яркие и кульминационные фрагменты соревнований;
- прямые и архивированные в Интернете телетрансляции спортивных соревнований. К сожалению, собственные онлайн-трансляции, достаточно быстро развивающиеся за рубежом, в России до сих пор не представлены.

Развиваются также сайты спортивных информационных агентств. На их страницах можно увидеть ежедневную ленту новостей российского спорта, новости спортивных федераций и союзов, анонсы и отчеты пресс-конференций, репортажи о спортивных событиях, проходящих в Москве и регионах России, интервью и комментарии специалистов, фоторепортажи.

Если говорить в целом об информационных агентствах в области массовых спортивных коммуникаций, то этот вид масс-медиа в настоящее время находится на стадии становления. Очевидно, что данное направление достаточно перспективно, прогрессивно и позволяет информационным агентствам постоянно переходить на новые уровни в создании, представлении и распространении качественной спортивной информации. Стремительно развивающиеся сетевые СМИ и информационные агентства способствуют развитию и поддержке динамического, устойчивого состояния информационной среды в системе массовых спортивных коммуникаций.

ЛИТЕРАТУРА

1. Речменский И.В. Обеспечение безопасности предпринимательской деятельности при использовании информационных технологий. Авто - реф. дис. ... канд. экон. наук. — М., 2007.
2. Воскобойников Я. С., Юрьев В. К. Журналист и информация. М., 1993. — С. 116.
3. Войтик Е.А. Информационные технологии в спортивно-массовой коммуникации : учеб.—метод. комплекс / Е.А. Войтик. - Томск : ТГУ, 2006. — С. 32.
4. Войтик Е.А. Региональные СМИ в системе массовых спортивных коммуникаций: предметно-тематические и структурные особенности: Авто - реф. дис. ... канд. филол. наук. — М., 2008.
5. Десюк Д.В. Специфика отражения темы спорта на современном российском телевидении. Авто - реф. дис. ... канд. филол. наук. — М., 2010.
6. Ильченко С.Н. Спорт и электронные медиа: аспекты коммуникативного взаимодействия // Вестн. С.-Петерб. ун-та. Сер. 9: Филология. Востоковедение. Журналистика. - 2009. - № 4. — С. 232-236.
7. Михайлов С.А. Спортивная журналистика / С.А. Михайлов. - СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2005. — С. 145.