

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ М.В. ЛОМОНОСОВА

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

КАФЕДРА НОВЫХ МЕДИА И ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ

Роль мобильных технологий в развитии интерактивной
журналистики

Дипломная работа
студентки V курса д/о
Савельевой Дины Викторовны

Научный руководитель
Засурский Иван Иванович

Москва, 2008 г.

Содержание

Введение	4
1. Значение развития мобильных технологий для современной журналистики	4
2. Обоснование выбора темы	7
Основная часть	10
Глава I. Мобильные технологии как новый шаг в развитии информационного общества	10
1. Концепция "новой социальной революции" Говарда Рейнгольда	10
1) "Умная толпа" по Рейнгольду	10
2) Современные возможности мобильных технологий	10
3) Мобильный интернет как аналог всемирной паутины	12
4) Угрозы развития мобильных технологий	14
2. Краткая история развития мобильной связи	15
Глава II. Интерактивные медиа как новый тип интернет-СМИ	20
1. Web 2.0 как новое интерактивное медиaprостранство	20
2. Блоги	22
Глава III. Мобильные технологии и журналистика нового времени	25
1. Моблоги как новая область межличностных коммуникаций и новый канал распространения информации	25
1) Понятие моблоггинга	25
2) История зарождения мобилографии	26
2. Обзор популярных моблогогов	31
1) Mobilography.com	31
2) Mopoto.com	32
3) Flickr.com	33
4) Blogger.com	35
3. Моблоги как перспективный тип коммуникационных медиа	36

Глава IV. От традиционных СМИ к гражданской журналистике: эволюция развития интерактивных медиа в интернете	40
1. User-generated content, или "народные медиа": типы и сущность	40
2. Журналисты и блоггеры – конкуренты?	42
3. Взаимодействие блогов и СМИ. Практика рунета	48
4. Пользовательский контент в СМИ. Обзор медиа	50
Заключение	55
Библиография	61

Введение

1. Значение развития мобильных технологий для современной журналистики

Научно-техническое развитие конца 20-го века изменило привычный облик мира. На смену индустриальной эпохе с ее фабриками, паровозами и сырьевой экономикой пришла постиндустриальная эпоха, в которой доминирующее положение занимают высокие технологии и информация.

Как пишет в своей книге "Галактика Интернет" Мануэль Кастельс, "Интернет – это коммуникационный медиум, который впервые сделал возможным общение многих людей со многими другими в любой момент времени и в глобальном масштабе"¹.

Сегодня мы становимся свидетелями того, как все большую популярность приобретает мобильный интернет. "В период 2000—2010 годов общественная сеть мобильной связи соединится с вычислительной мощностью сетевых ПК. Критическая масса возникнет вскоре после 2003 года, когда подключенные к интернету мобильные устройства своей численностью превзойдут выходящие в Сеть ПК. Переходный период, в который мы вступаем (первое десятилетие XXI века) напоминает появление ПК и интернета; новые технологии окажутся совершенной новой информационной средой, а не просто средством получения биржевых котировок, или электронной почты в поезде, или путешествия в Сети по дороге на работу. С приходом мобильного интернета вы не просто обретете возможность работать, находясь в пути, но и получите доступ к вещам, прежде невиданным"², - прогнозирует в своей книге "Умная толпа" Говард Рейнгольд.

¹ Кастельс Мануэль. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. – Екатеринбург: У-Фактория, 2004. – с. 15.

² Рейнгольд Говард. Умная толпа: новая социальная революция. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2006. – с. 11.

Если сегодня связь журналистики и интернета для всех очевидна, то что можно сказать о связи журналистики и мобильных технологий? Уже сегодня мобильный телефон не просто аппарат, с помощью которого мы делаем звонки. Служба обмена короткими текстовыми и аудиовизуальными сообщениями – SMS и MMS - во многом изменила нашу культуру. Введение SMS упростило разработку автоматических систем, так или иначе "общающихся" с абонентами мобильной связи. Они могут прислать нам курсы валют, важные новости или принять от нас информацию о пробках на дорогах города.

Стало ли для журналистики развитие мобильных технологий чем-то значимым? Ведь удобнее надиктовать репортаж, чем набирать его на клавиатуре телефона? Но прогресс не стоит на месте. Потенциал неголосового применения мобильных телефонов в журналистике стал заметен, когда появились телефоны со встроенными камерами и придумали способ передачи изображений - обмен мультимедиа-сообщениями, то есть MMS.

Фанаты фотографии мобильным телефоном назвали это искусство "мобилогией", своего рода "фотографическим импрессионизмом". Так же стало развиваться и другое явление – "моблоггинг", то есть ведение блога с мобильного телефона. Снятый телефоном материал посылается в виде MMS или электронного письма на определенный e-mail адрес. С этого адреса корреспонденцию забирает специальная программа, перерабатывает ее и публикует в интернет-дневнике. На сегодняшний день постинг в моблоге - чаще всего фотография с комментарием, видео или звук, записанные мобильным телефоном.

Большинство моблогов рассказывает о жизни своего владельца, о его перемещениях в пространстве. Однако моблоггинг нередко также выступает как вид партисипационной журналистики, в тех ситуациях, когда очевидцы каких-либо общественно важных событий производят эксклюзивный материал – в виде фоторепортажей, например. Моблоггинг становился одним

из основных и самых непредвзятых источников информации во время важных мировых событий. Так, во время разрушительного цунами в Юго-Восточной Азии в декабре 2004 года моблоги отдыхающих стали первыми источниками фотографий и видео с места стихийного бедствия. Фотографии станции лондонского метро после взрыва, заполненной лежащими телами, были опубликованы с мобильного телефона на сайте Moblog.co.uk и обошли СМИ всего мира. Фото, присылаемые с мобильных телефонов на электронную почту BBC, немедленно размещались на сайте телекомпании.

В Сингапуре в 2004 году по заказу властей был даже открыт "Моблог Национального дня", куда каждый гражданин страны мог присылать снятые мобильным телефоном фото с празднования Национального дня страны. Моблоги применяются также при организации различных форумов, семинаров³.

Таким образом, можно говорить о мобильной журналистике в контексте партисипационной журналистики. Тем не менее, начинают появляться и мобильные репортажи, которые ведут профессиональные журналисты.

Мобильные медиа сегодня распространяются по всему миру. Ежегодно продаются миллиарды телефонов. Сегодня мобильная связь способствует персонализации журналистики, а также порождает новый канал распространения информации, который не привязан к определенному месту или времени. Объединяя в себе возможности передачи текста, звука, изображения и даже видео, мобильные телефоны становятся мощным инструментом в руках как профессиональных репортеров, так и обычных пользователей, позволяя создавать новые типы контента, расширяя коммуникационное пространство⁴.

³ <http://moblog.kiev.ua>

⁴ Groebel Jo, Noam Eli M, Feldmann Valerie. Mobile Media: Content and Services for Wireless Communications. London : Lawrence Erlbaum Associates, 2006.

Сегодня журналист должен не только уметь находить и обрабатывать полученную информацию, но и выстраивать каналы передачи информации на массовую аудиторию и получения информации из среды пользователей мобильной связью и интернетом. Он должен уметь быстро перерабатывать полученную разноформатную информацию в необходимый для распространения на массовую аудиторию вид.

2. Обоснование выбора темы

Скорость происходящих преобразований в журналистике, которые сегодня наблюдаются в интернете и все быстрее завоевывают пространство мобильных технологий, столь высока, что проводить научные анализы по результатам этих изменений довольно сложно. Однако сегодня есть много исследований, посвященных развитию интернета, Web 2.0, но многие из них устарели. Исследования по мобильной журналистике устаревают еще быстрее, так как технологии развиваются и, следовательно, расширяются возможности их применения.

Написав в 2002 году книгу *Smart mob: The next social revolution*, американский социолог и признанный эксперт в области компьютерных технологий Говард Рейнгольд не ожидал, что станет отцом-основателем и главным идеологом Flash Mob — одного из самых модных и странных увлечений современной молодежи. Мысль о том, что виртуальные и сетевые технологии меняют мир до неузнаваемости, не нова. Рейнгольд пытается представить возможные побочные эффекты, считая, что люди научились "использовать новые возможности для самоорганизации". И приводит примеры, как во Всемирной паутине строятся и рушатся репутации. Как SMS в 2001 году лишили власти президента Филиппин Джозефа Эстраду — в тот момент, когда официальные СМИ были забиты предвыборной агитацией, всего лишь несколько слов, полученных абонентами сотовой связи, вывели на площадь миллион человек. Как один-единственный веб-узел позволяет

поклонникам преследовать своих кумиров в реальном времени и помогает журналистам отлавливать звезд в самых неожиданных местах. Достаточно кому-то из "подключенных" засечь объект в магазине, баре или салоне красоты и скинуть информацию на узел — точные координаты мгновенно получают все, кому это нужно.

"Телеграф подобно интернету... изменил общественную и деловую практику, но с ним могли работать лишь квалифицированные операторы. Его преимущества стали доступны широкой общественности только с превращением телеграфа в телефон, поначалу названный говорящим телеграфом. Сегодняшний интернет все еще находится в положении, сравнимом с тем, что занимал телеграф, если говорить о его сложности и стоимости самого компьютера, который многие люди не могут себе позволить. А мобильный телефон обещает сделать для интернета то, что телефон сотворил для телеграфа — превратить его в ведущую технологию.

Поскольку телефон для связи пользовался теми же проводами, что и телеграф, поначалу он представлялся просто говорящим телеграфом, но в действительности оказался чем-то совершенно новым... То же самое сейчас происходит и с интернетом. Многие ошибочно полагают, что мобильный интернет будет таким же, как и его проводная версия, только лишь передвижным, но это не так... Мобильный интернет, для которого используются те же технологии, что и для обычного интернета, явится чем-то совершенно иным, найдя себе новые и невиданные области применения"⁵, - пишет Том Стандидж в своей книге "Беспривязной Интернет".

Как отметил в своем докладе⁶ специалист по экономике культуры в цифровую эпоху, в том числе, экономике интернета, профессор ГУ-ВШЭ Александр Борисович Долгин, прочитанном им на ежегодной конференции "Пути России" по проблемам перспективных форм развития интернета, сегодня в ряде областей непрофессиональный контент и технология его

⁵ Цит. по кн. Рейнгольд Говард. Умная толпа: новая социальная революция. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2006.

⁶ <http://polit.ru/research/2008/04/02/web3.html>

производства способны конкурировать с профессиональной работой. Например, с появлением камер в мобильных телефонах, все человечество превратилось во внештатных фотокорреспондентов. Стало снимать происшествия, катаклизмы, террористические акты, казни диктатора и прочее. Ни одна телекомпания не способна содержать такой штат сотрудников во всех горячих точках и конкурировать с волонтерами. Сегодня практически все "задокументировано" с помощью видео, пусть и не всегда хорошего качества. Появление массы сервисов, с помощью которых фото, видео и текст с мобильного телефона можно публиковать непосредственно в интернете с помощью GPRS или MMS, позволяет говорить о развитии партисипационной журналистики.

Мобильные телефоны в современном обществе не только предоставляют возможность межличностной коммуникации в любом месте и в любое время, но также могут стать способом распространения информации. Однако сегодня нельзя делать однозначных выводов о будущем мобильной журналистики. Те сервисы, основанные на пользовательском контенте, которые есть сегодня в интернете, пока не позволяют говорить о возможности конкуренции обычных пользователей с профессиональными журналистами.

Глава I. Мобильные технологии как новый шаг в развитии информационного общества

1. Концепция "новой социальной революции" Говарда Рейнгольда

1) "Умная толпа" по Рейнгольду

Шесть лет назад американский социолог Говард Рейнгольд написал книгу "Умная толпа: новая социальная революция", которая быстро стала своеобразным футурологическим бестселлером. В книге Рейнгольд представил современное на тот момент состояние информационных технологий и заглянул в недалекое будущее. На основании обширного анализа автор предрек появление к 2010 году новой формации людей, поведение которых будет не "вполне человеческим". То есть широкое использование коммуникационных разработок hi-tech столь разительно повлияет на сознание людей, что это приведет к скачкообразному изменению социального уклада.

Говоря о новой социальной страте – "умной толпе", Рейнгольд прогнозирует, что люди, использующие новинки мобильной связи и мощную аппаратуру обработки информации для работы и развлечений, должны приобрести некие новые качества, которыми *hominis sapiens* прежде не обладали. Эти качества, естественно, могут быть использованы как во благо обществу, так и во зло.

2) Современные возможности мобильных технологий

Многие технические прогнозы, сделанные автором, уже осуществились. И в этом нет ничего удивительного, поскольку развитие электроники подчинено закону Мура⁷: микропроцессоры дешевеют по мере

⁷ Скробов А.Л. Закон Мура. (<http://cs.usu.edu.ru/study/moore/>)

роста их мощности⁸. Уже активно внедряется мобильная связь третьего поколения 3G, представляющая собой высокоскоростной широкополосный доступ в интернет и к предоставляемому провайдером разнообразному контенту. В связи с чем мобильные телефоны приобретают и новое качество, и новое название: смартфоны или коммуникаторы, с помощью которых уже не столько говорят, сколько посылают SMS, электронные письма, закачивают мультимедийные файлы и бродят по бескрайним просторам компьютерных сетей. Более того, уже начинают разворачивать ещё одну технологию мобильного доступа – WiMAX, которой в момент написания книги ещё не было. Мобильный интернет Wi-Fi уже перестал быть диковинкой⁹.

Налажена широкая продажа аппаратуры GPS, которая позволяет определять местоположение предмета за счет связи со спутником. Создается аналогичная европейская система позиционирования Galileo и российская ГЛОНАСС. Некоторые американские солдаты, воюющие в Ираке, оснащены проанонсированной в прошлом веке индивидуальной армейской системой Land Warrior. В нее включена система спутниковой навигации, головной дисплей, винтовка с видеокамерой, система сенсорных датчиков. Все удовольствие стоит \$12 тыс. Имеются и версии "для пешеходов", которые стоят несколько дешевле и из которых убраны военные функции.

Компания Google уже начала внедрять в свои трехмерные карты планы городов. И имея нателный компьютер и систему GPS, можно будет путешествовать по улицам, имея перед глазами названия этих улиц, исторические сведения о зданиях, об их функциональном назначении, о маршрутах городского транспорта, о репертуарах театров и меню ресторанов, которые попадаются на пути, и всякую прочую полезную информацию. Рейнгольд уверен, что в обозримом будущем можно будет оцифровать всю поверхность Земли.

⁸ Рейнгольд Говард. Умная толпа: новая социальная революция. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2006. – с. 12.

⁹ Тучков В. Куда держат пусть умные толпы //Вокруг света, 05.07.2007, (<http://vokrugsveta.ru/telegraph/technics/367/>)

3) Мобильный интернет как аналог всемирной паутины

Мировую паутину создали энтузиасты, преследующие идею свободного распространения и доступа к информации. Не получая денег, эти энтузиасты насытили интернет самым разнообразным контентом – так появились электронные библиотеки, обменники аудио- и видеофайлов, форумы, блогосфера и прочие вещи, без которых интернет как бы и не интернет. Все это — общественное достояние, которым может пользоваться всякий желающий.

Рейнгольд рассматривает возможность появления мобильного всеобъемлющего хранилища информации, которое может быть создано энтузиастами на кооперативных началах. Возрастающая по экспоненте емкость не только коммуникаторов, но и обычных мобильных телефонов в скором времени позволит использовать их в качестве коллективного сервера, объем операционной памяти которого многократно превысит дисковое пространство нынешних суперкомпьютеров.

В "стационарном" интернете наработано множество технологий, позволяющих, что называется, собирать в единый мощный кулак вычислительные ресурсы разрозненных ПК. Именно так действуют пиринговые сети, представляющие собой импровизированный суперкомпьютер на базе миллионов ПК, пользователи которых добровольно отдают ресурсы своих процессоров во время их простоя для решения каких-либо глобальных задач. Методом распределенных вычислений ученые Калифорнийского университета пытаются отыскать внеземной разум, рассылая в компьютеры миллионов добровольцев для математической обработки сигналы с радиотелескопа.

Конечно, держать постоянно подключенными к сети мобильные устройства, перекачивая значительные объемы информации в интересах сообщества единомышленников, — это недешево, если пользуешься

услугами оператора связи. Однако возможно создание мобильных сетей при помощи "народного" Wi-Fi интернета. Технически эта проблема решается довольно просто: нужна лишь одна спутниковая антенна и система ретрансляторов, которые, как утверждают фанаты создания таких сетей, можно изготавливать из металлизированных банок из-под чипсов. Спутниковый же трафик можно оплачивать вкладчину, организовав некий пользовательский кооператив. И это направление в свободолобивой Америке сейчас развивается. Ежегодно в штате Невада 25 тысяч сторонников свободного беспроводного интернета устраивают недельный фестиваль, разворачивая мобильную сеть в пустыне¹⁰.

Но помимо технической стороны дела существует и коммерческая. Крупнейшие операторы сотовой связи, чтобы не упускать потребителя своих бесплатных услуг, усиленно лоббируют принятие закона, согласно которому полоса частот для Wi-Fi доступа должна распределяться неким государственным органом.

Однако данное обстоятельство не является непреодолимой преградой для развития мобильного интернета. Рейнгольд рисует величественную картину, согласно которой в следующем десятилетии более половины населения развитых стран будет постоянно, а не так как сейчас — за рабочим столом, — пользоваться мощными информационными технологиями, которые позволят людям существенно повысить их интеллектуальный потенциал. Города будут населять умные толпы единомышленников, которые будут поддерживать друг друга и в творчестве, и в развлечениях, и помогут в трудную минуту.

¹⁰ Тучков В. Куда держат пусть умные толпы //Вокруг света, 05.07.2007, (<http://vokrugsveta.ru/telegraph/technics/367/>)

4) Угрозы развития мобильных технологий

Но у этой медали есть и обратная сторона. Более того, этих сторон, как это ни парадоксально, целых две. С распространением индивидуальных смартустройств резко возрастают возможности тайного и явного надзора за гражданами, в чем заинтересовано и государство, и коммерческие структуры, заинтересованные в привлечении покупателей. Уже сейчас каждый потребитель оставляет за собой электронный след, расплачиваясь кредитной картой, звоня по мобильному телефону, появляясь в супермаркете, где его снимают скрытые камеры, предъявляя паспорт с чипом, в котором хранятся биометрические данные. В дальнейшем, когда все будут пользоваться глобальной системой позиционирования GPS, когда человека нашпигуют чипами радиочастотной идентификации с аккумуляруемой в них неведомой информацией, которые вскоре появятся на каждом товаре вместо штрих-кода, когда все обвешаются нательными компьютерами, каждый человек станет совершенно прозрачным для надзирающих структур.

Другая угроза обществу исходит непосредственно от умных толп. Не случайно Рейнгольд скаламбурил, называя книгу: "Smart mobs" — это весьма похоже фонетически на "Smart bomb", что означает "бомба, наводящаяся на цель радиосигналом". Дело в том, что координацию совместных действий при помощи мобильной связи весьма эффективно используют слои населения с протестным сознанием с широким спектром агрессивности.

В ноябре 1999 года в Сиэтле во время саммита Всемирной торговой организации впервые заявили о себе антиглобалисты, превратившие город в арену уличных боев с полицией. Антиглобалисты координировали действия своих боевых отрядов при помощи мобильных телефонов. Через полтора года массовая рассылка SMS-сообщений собрала в столице Филиппин Маниле толпу из полутора миллионов человек, требующих отставки президента Джозефа Эстрады. Эстрада был вынужден уйти со своего поста.

Британские автомобилисты точно таким же образом начали пикетировать бензоколонки, протестуя против повышения цены на топливо.

Однако не следует полагать, что технику сетевой мобильной связи демонстрируют только униженные, оскорбленные и озлобленные. Весьма популярным в мире стали флэшмобы (flashmobs), в процессе которых толпы людей, синхронизированные при помощи SMS-рассылок или интернет-форумов, исполняют какие-либо интересные действия без ущерба для окружающих. С развитием телефонов, появлением в них фотокамер им нашлось еще немало применений в обществе: появились ценители мобильной фотографии – и создали "новое искусство", мобилографию. Соединение телефона и интернета позволило рассказывать и показывать своим друзьям и миру то, что происходит с вами в данный момент – появились мобильные блоги. Многие интернет-СМИ уже всю пользуются мобильными технологиями, чтобы удивлять свою аудиторию сенсациями – с этого момента можно говорить о зарождении так называемой партисипационной журналистики и перспективах ее развития.

2. Краткая история развития мобильной связи

История мобильной связи не может быть не краткой. Только лет сорок назад появилось название "уоки токи" - "хожу и разговариваю". Это был тяжелый ранец, носимый за спиной. Сегодня мобильный телефон легко теряется в сумочке.

Первая система радиотелефонной связи, предлагавшая услуги всем желающим, начала свою работу в 1946 году в американском городе Сент-Луис. Радиотелефоны, применявшиеся в этой системе, использовали обычные радиоканалы. Если один канал связи был занят, абонент вручную переключался на другой — свободный. Аппаратура была громоздкой и неудобной в использовании. Однако главная проблема – ограниченность частотного ресурса: число фиксированных частот в определенном частотном

диапазоне не может бесконечно увеличиваться, поэтому радиотелефоны с близкими по частоте рабочими каналами начинают создавать взаимные помехи. Ученые и инженеры разных стран пытались решить эту проблему.



И вот к концу 1940-х годов американская компания AT&T придумала разбить всю обслуживаемую территорию на участки, которые стали называться сотами (от англ. cell — ячейка, сота). Каждая сота должна была обслуживаться передатчиком с ограниченным радиусом действия и фиксированной частотой, что позволило бы без помех использовать ту же самую частоту повторно в другой ячейке (соте).

Однако потребовалось более 30 лет, чтобы организовать такой принцип на аппаратном уровне. Первым поколением сотовой связи называют аналоговые системы, в которых информация передается как в обычной радиосвязи, с помощью частотной или фазовой модуляции. Самые распространенные стандарты — NMT и AMPS, остальные стандарты первого поколения являются дальнейшим развитием NMT и AMPS.

Сети первого поколения были неэффективны — одновременно в одной соте могли находиться не более десятка абонентов, происходили постоянные обрывы связи и радиопомехи. К тому же разговор зачастую можно было прослушать с помощью обыкновенного приемника.

Кроме этого, использование различных стандартов сотовой связи и большая перегруженность выделенных частотных диапазонов стали препятствовать ее широкому применению. Ведь иногда по одному и тому же

телефону было невозможно из-за взаимных помех разговаривать даже абонентам, находящимся в двух соседних странах (особенно в Европе).

Использование новейших технологий и научных открытий в области связи и обработки сигналов позволило подойти к концу 1980-х годов к новому этапу развития систем сотовой связи — созданию систем второго поколения, основанных на цифровых методах обработки сигналов.

Самым распространенным в России стандартом сетей второго поколения является GSM (Global System for Mobile Communications). GSM-телефон одновременно видит несколько базовых станций сети и выбирает из них те, качество соединения с которыми выше. При этом сигнал с помощью одной антенны одновременно передается и принимается на двух разных частотах в цифровом виде с разделением по времени. Сигнал может шифроваться. Для идентификации телефона в сети используется SIM-карта — маленький чип, содержащий зашифрованный ключ. SIM-карта хранит и вспомогательную информацию — записную книжку, меню оператора и так далее.

В GSM сетях стали возможны не только голосовые сервисы — появилась такая услуга, как SMS (передача текста), а также возможность передачи данных. Передача данных в сети GSM с помощью технологии GPRS возможна на скорости до 115,2 Кбит/сек, что позволяет принимать и отправлять сообщения MMS со звуком, полноцветной графикой и короткими отрывками видео, но не позволяет передавать видео в реальном времени.

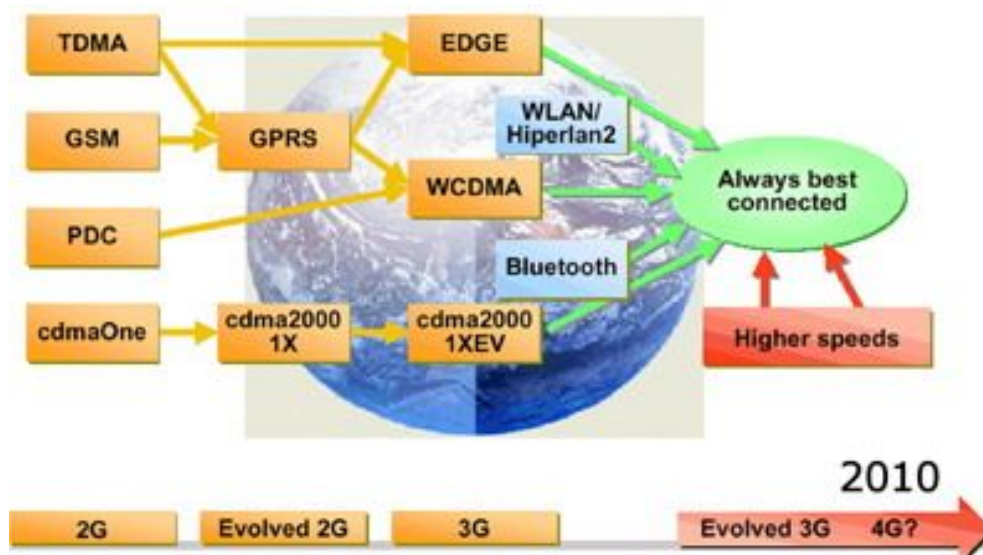
Другой стандарт сетей второго поколения — CDMA. В CDMA используется разделение не только по частоте и по времени, но и по энергии сигнала. Сети третьего поколения (3G) позволяют использовать более высокие скорости передачи данных — до 2 Мбит/сек и выше, что достаточно практически для любых мыслимых услуг, в том числе и для видеотелефонии. CDMA2000 — стандарт сотовой связи третьего поколения на базе CDMA, развивающийся в США и Японии. В России экспериментальные сети развернуты в Москве, Санкт-Петербурге и Челябинске. В Европе

развивается стандарт сотовой связи UMTS, на который планируют в будущем перейти российские операторы.

Услуги сотовой связи третьего поколения могут оказываться и в GSM-сетях на базе технологии EDGE (Enhanced Data rates for Global Evolution — буквально "повышенная скорость передачи данных для глобальной эволюции"). Эта технология позволяет осуществлять мультимедийные услуги в режиме реального времени (например, мобильную видеосвязь), при этом использует уже существующее сетевое оборудование. Кроме того, все обычные услуги по передаче данных осуществляются с более высокой скоростью, чем раньше.

Тем не менее, это далеко не предел развития современных технологий. Уже сейчас разрабатывается и тестируется четвёртое поколение мобильных сетей – 4G. Из главных его преимуществ можно выделить следующие: высокие скорости передачи данных, сравнимые с наземными сетями; возможность передачи высококачественного звука и видео; объединение существующих стандартов связи (2G, 3G, Wi-Fi, WiMAX и др.) в единый совместимый стандарт.

Что день грядущий нам готовит, сказать наверняка нельзя, но предположить можно. Телефон с функцией записи фото, видео, звука, а также возможностью высокоскоростного доступа в интернет становится далеко не последним каналом получения и передачи информации. И даже если каждый человек не станет корреспондентом, профессиональные журналисты будут на 100% использовать новейшие технологии – не только для быстрой передачи информации в виде текста в отдел ее распространения в режиме реального времени, но и для получения фото и видеоматериала, к качеству которых в интернете предъявляются довольно скромные требования.



Итак, мы рассмотрели вопрос – чем и как пользуются абоненты мобильных сетей, теперь обратимся к тому – зачем. Каковы реальные возможности новейших технологий, а также перспективы их использования? Об этом поговорим в следующей главе.

Глава II. Интерактивные медиа как новый тип интернет-СМИ

1. Web 2.0 как новое интерактивное медианпространство

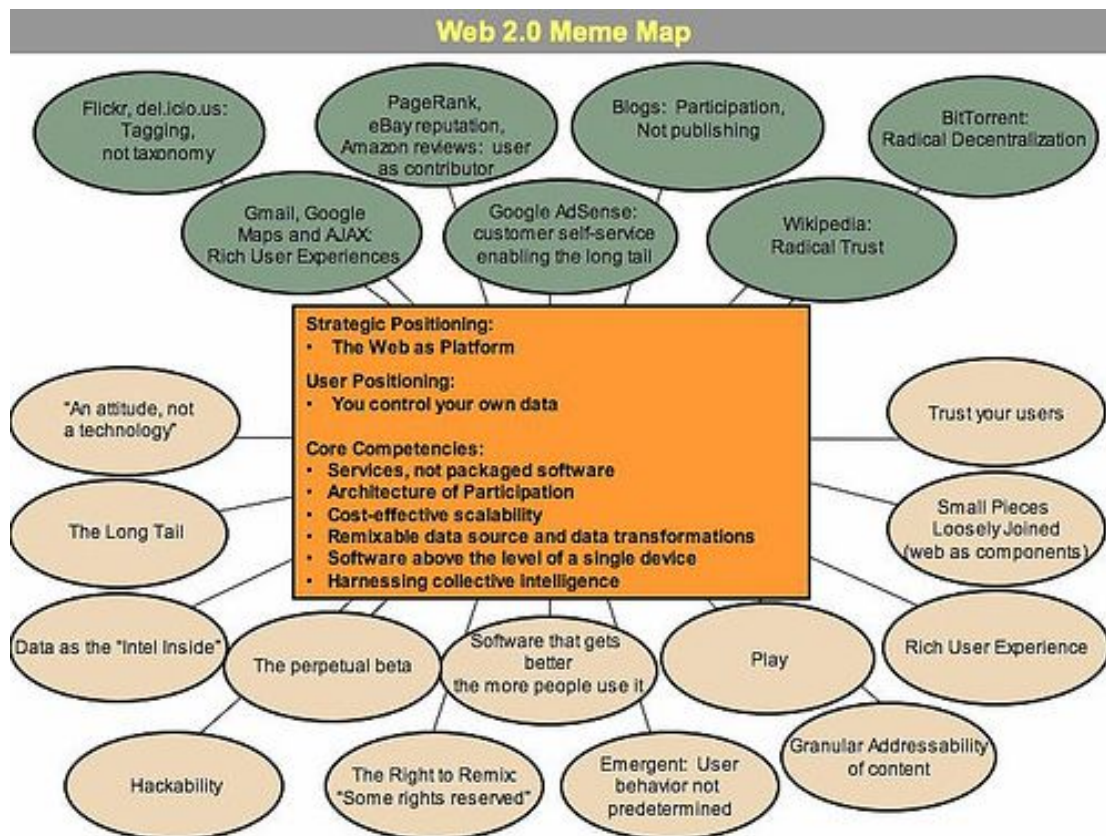
Web 2.0-технологии не сделали никакой революции, а стали закономерным эволюционным продолжением более ранних интернет-технологий.

Сам термин возник на совместной конференции, посвященной Web 2.0 (<http://www.web2con.com>), которая была организована в октябре 2004 года компаниями O'Reilly Media и MediaLive с целью обсуждения проблем возрождения Сети. По результатам этой конференции была написана первая, но до сих пор самая популярная статья о Web 2.0 под названием "Что такое Web 2.0"¹¹. Ее автор — Тим О'Рейли¹². В этой статье автор сформулировал основные принципы, по которым существуют веб-сервисы нового поколения, а также объяснил основную идею Web 2.0, одним из основных принципов которой является "Web как платформа".

Одним из основных моментов, на которых акцентируют внимание разработчики концепции Web 2.0, является перераспределение существовавших ранее ролей создателя контента и его потребителя. В предыдущей модели Сети, Web 1.0, можно было четко разграничить права и "обязанности" пользователей интернета, среди которых можно было четко выделить производителей контента и его потребителей. Первые публиковали контент на Web -сайтах, вторые исключительно потребляли то, что первые им предложили.

¹¹ O'Reilly. What is Web 2.0. 30.09.2005 (<http://www.oreilynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>)

¹² Тим О'Рейли (Tim O'Reilly) родился в 1954 году в Корке (Cork), Ирландия. Основатель и генеральный директор компании O'Reilly Media Inc, Тим широко известен как активный приверженец программного обеспечения с открытым кодом и открытых стандартов, а также как автор большого числа книг по данной тематике. O'Reilly Media с 1978 года находится на пике современных технологий разработки программного обеспечения, распространя инновационные идеи через книги, онлайн-сервисы, журналы и конференции.



В Web 2.0 такое разделение обязанностей постепенно стирается, а потребители контента, то есть интернет-пользователи, постепенно становятся полноправными участниками его создания. Достичь этого удалось за счет возникновения инструментов публикации контента, упростивших работу с размещением информации в интернете.

Блогосфера — один из ярких примеров использования принципов Web 2.0: здесь Web -контент создается пользователями, именно здесь работает принцип превращения потребителя контента в его создателя. Блогосфера представляет собой яркий пример одновременно "коллективного разума" и в то же время той особой индивидуальности, которую привносит в нее каждый блоггер.

Концепция коллективного создания контента подразумевает активную сопричастность пользователей к деятельности интернет-ресурса, нередко большое (если не основное) значение придается контенту, созданному

пользователями. В качестве примеров можно привести блогосферу, многочисленные сервисы обмена мультимедийным контентом (Flickr, YouTube, Last.fm) и закладками (del.icio.us, BlogMarks). Интернет-издания, не относящиеся себя к Web 2.0, стали использовать комментарии и возможности для оценки своих статей — это тоже элемент Web 2.0. За последние два года в интернете появилось сразу несколько удачных примеров коллективных онлайн-проектов, например, "Википедия". Вслед за Wikipedia стали возникать и другие ресурсы, принявшие за основу принцип коллективного труда.

Одновременно изменяется и основной принцип потребления информации. Если в прежние времена она основывалась на идее пассивного потребления информации пользователем, то сейчас можно говорить об активной роли чуть ли не всех участников процесса информационного обмена.

2. Блоги

Слово "блог" происходит от английского "weblog", которое переводится как "журнал в Сети". Блог – это периодически обновляемая лента сообщений, где заметки (посты) располагаются в обратном хронологическом порядке и могут быть прокомментированы читателями. Автором блога может быть как один человек, так и группа пользователей. В мультимедийных блогах текст комбинируется с фото-, аудио- и видеоматериалами¹³.

Сегодня самыми популярными в рунете являются такие сервисы, позволяющие вести дневник, как Livejournal, Liveinternet, Mail.ru, Diary.ru и другие. Принято считать, что идея публичных авторских дневников

¹³ Куринной И. Конец массы? Новый социальный феномен – блоги – ставит под сомнение будущее традиционных СМИ // Независимая газета. 12.11.2004. (http://www.ng.ru/internet/2004-11-12/11_massa.html).

принадлежит англичанину Тиму Бернерсу-Ли, который в 1993 году разместил первый в истории блог на своем сайте <http://info.cern.ch>¹⁴. Уже к 1998 году был составлен первый список "блогов", а через год открылся первый портал <http://portal.eatonweb.com>, объединивший блоггеров. В 2003 году понятие "блог" было занесено в Оксфордский словарь и было определено как сетевой дневник одного или нескольких авторов, состоящий из записей в обратном хронологическом порядке¹⁵.

Среди этапов, которые проходили блоги на пути своего развития, можно выделить войну в Ираке в 2003 году, которая стала первой войной, освещавшейся в блогах. Корреспондент американского телеканала CNN Кевин Сайтс вел сетевой дневник, где размещал последние новости и фотографии, которые не могли быть показаны по телевидению. Однако компания, узнав о блоге, запретила Сайтсу вести дневник. Не только журналисты вели свои блоги, но и жители Ирака, и американские военнослужащие, что позволяло представить все разнообразие мнений о войне, несмотря на то, что они не претендовали на объективность. Благодаря сотовым телефонам, мобильной видеотелефонии, спутниковой связи и интернету каждый человек знал о том, что происходит в зоне конфликта. Как пишет в своей книге "Cellphone: The Story of the World's Most Mobile Medium and How It Has Transformed Everything" Пол Левинсон (Paul Levinson), если бы мобильных технологий и интернета в это время не было, их стоило бы придумать специально для освещения военных событий¹⁶.

"Традиционная журналистика опирается на факт. Интересный факт способен "создать" новость. Блог делает ставку не на факт, а на мнение об

¹⁴ Иванникова С. BLOГодарная почва // Независимая газета. 3.03.2006. (http://www.ng.ru/internet/2006-03-03/9_blogs.html).

¹⁵ Там же.

¹⁶ Levinson Paul. Cellphone: The Story of the World's Most Mobile Medium and How It Has Transformed Everything. – Palgrave Macmillan, 2004. – S.137 – 139.

этом факте. Фактически это означает, что эхо становится важнее, чем голос человека"¹⁷.

Растущая популярность блогов привела к тому, что ими заинтересовались профессиональные журналисты. Сегодня это не просто развлечение, но и источник информации, и канал ее распространения. Сегодня многие СМИ делают ставки на блоги, размещая их на своем сайте – получается что-то вроде авторской колонки.

Так, в деловом интернет-издании RB.ru блоги экспертов пользуются большой популярностью. Здесь своими мнениями по разным вопросам делятся экономисты, психологи, трейдеры, риэлторы, пиарщики и прочие интересные личности. Однако стандарты качества блогов не отличаются от стандартов, по которым делается остальной сайт.

Блоггерство из хобби начинает превращаться в солидную и иногда оплачиваемую работу, которая практически ничем не отличается от профессиональной журналистики.

¹⁷ Революция дневников // Washington Profile. 23.02.2006.
(www.washprofile.org/?q=ru/node/4540&PHPSESSID=daef4159969b7c469d7d978072b867d6).

Глава III. Мобильные технологии и журналистика нового времени

1. Моблоги как новая область межличностных коммуникаций и новый канал информации

1) Понятие моблоггинга

Мобильные блоги или моблоги (от англ. moblog или mobile phone log) – фотографии и видеоматериалы, сделанные камерой мобильного телефона или другого портативного электронного устройства и опубликованные в интернете посредством мобильной электронной почты или с помощью сообщений в формате MMS, присланных на адрес соответствующего интернет-сайта. Это может быть как персональная страничка владельца телефона, так и сайт виртуального тематического сообщества.

Лента моблога представляет собой обычный веблог, где посты размещаются в обратном хронологическом порядке, а у пользователей есть возможность оставлять комментарии. Технологическая составляющая ведения моблога очень проста. Вам понадобится мобильный телефон со встроенной камерой, доступ в интернет или подключенная услуга MMS и зарегистрированный аккаунт на сайте, предоставляющем услуги по ведению мобильного блога.

Основной контент моблогов – фотографии. Это позволяет избежать языкового барьера и делает информацию еще более доступной.

Моблоггинг — вполне закономерный этап становления "большого блоггинга". Возможность работать с дневником при помощи мобильного устройства делает это увлечение в сотни раз более массовым и приближает саму идею блога к абсолюту: увидел интересное — и сразу написал. Как и в случае с обычным блоггингом, моблоггинг стал популярен в основном за счет инструментов, делающих процесс подготовки сообщений и их отправки в дневник простым и удобным. На данный момент для передачи "поста" в

блог требуется лишь мобильный телефон (желательно с камерой — чтобы кроме текста отправлять еще и снимки) с подключенной услугой выхода в интернет или MMS. Мобильный блоггинг интересен не только тем, кто ведет свои дневники, но и поставщикам интернет-услуг, мобильным провайдерам и производителям телефонов. Так, компания Sony Ericsson встраивает в последние модели своих телефонов функцию прямого доступа к веб-сервисам Google (www.blogger.com), дающую возможность вести мобильные блоги. Компания Google и не отстающая от нее Microsoft еще несколько лет назад объявили свои сервисы (Blogger и Spaces соответственно) как "moblogging ready" (готовые к моблоггингу).

Постепенно меняется ситуация и в нашей стране: российские операторы сотовой связи "ВымпелКом", "МегаФон" и МТС открыли сервисы мобильного блоггинга, работа с дневниками в которых возможна не только посредством WEB или WAP, но и при помощи SMS- и MMS-сообщений (например, сервис "МегаФона" www.megajournal.ru).

Сегодня можно выделить несколько групп "народных репортеров":

- * обладатели смартфона с фотокамерой, которые освещают события, происходящие на их глазах (цунами, автокатастрофу);

- * непрофессиональные корреспонденты, которые рассказывают о последних событиях "на местах" и ориентируются на конкретную аудиторию;

- * активисты, принимающие участие в той или иной кампании посредством ведения блога;

- * репортеры, тяготеющие к профессиональному диалогу с журналистами и ведущие странички на сайтах профессиональных СМИ.

2) История зарождения мобилографии

Мобилография – использование мобильных технологий в процессе создания произведений, которые можно отнести к художественной культуре.

Основателем направления "мобилография" является фотограф Дмитрий Резван, весной 2004 года основавшего Всемирное Общество Мобилографов. Создание Общества направлено на объединение мобилографов во всем мире и налаживание между ними дружеских связей с помощью современных средств коммуникаций.

"Мобилография – это международный язык общения, где эмоциональные нюансы передаются с помощью образов, устраняя такой анахронизм, как языковой барьер. Суть мобилографии не в формальном техническом качестве изображения, а в степени творческой свободы художника, выходящей далеко за рамки технологии" - говорит Дмитрий Резван¹⁸.

На сайте моблога Mobilography.com, созданном Дмитрием Резваном, про мобилографию написано буквально следующее: "Мобилография - (от латинского *mobilis* - "подвижный", и греческого *grapho* - "писать") - разновидность фотографического искусства, при котором в качестве инструмента используются электронные приборы со встроенной цифровой фотокамерой первоначально не предназначенные для профессиональной фотосъемки, такие как мобильные телефоны, карманные персональные компьютеры, компасы, бинокли, зажигалки и тому подобное.

Жанр мобилографии зародился в начале двадцать первого века, с момента начала широкого распространения телефонов со встроенными фотокамерами. Мобилография подразумевает под собой выведение на первый план функций фотокамеры в тех приборах, где изначально камера была заявлена в качестве дополнительной функции. Как правило, такая фотокамера была снабжена минимальным достаточным для цифровой съемки оборудованием, зачастую обеспечивающим низкое техническое качество получаемых снимков, что не является, как показывает

¹⁸ <http://www.beeline.ru/press/releases/index.wbp?id=b665e37e-91bb-4eb3-a924-06f2cb521418>

мобилография, принципиальным препятствием для создания полноценных высокохудожественных произведений искусства, или мобилографий.

Уникальные коммуникационные свойства мобилографии открывают возможность невербального способа общения, устраняя такой анахронизм, как языковой барьер. Свои мысли и чувства люди могут доносить друг до друга с помощью образов, способных в большей степени, чем слова передавать эмоциональные нюансы.

Мобилография ставит под сомнение необходимость специального дорогостоящего фотографического оборудования и утверждает, что фотографии, полученные в результате "мобильного фотографирования", ни в чем не уступают, а благодаря своей "случайности" во многом превосходят снимки, сделанные с помощью профессиональной техники, с применением специальных и дорогостоящих приборов, волшебным образом превращая единственный очевидный недостаток - качество изображения - в неоспоримое достоинство мобилографии, обеспечивая этому виду фотографии художественную уникальность, сравнимую с так называемой техникой крупного мазка в изобразительном искусстве¹⁹.

Мобилография получила широкое распространение относительно недавно. В 1995 году Стив Манн впервые опубликовал в интернете фотографии с помощью мобильного устройства, в качестве которого выступал громоздкий компьютер, который Стив везде таскал за собой. Первая запись в его блоге, датируемая 22 февраля 1995 года, выглядит абсолютно непримечательно: "Большая часть дня была довольно скучной, ходил в лабораторию, ел пиццу, ездил и т.д.". Но то, что произошло вскоре, заложило основу современного мобильного блоггинга. Стив Манн, ставший по воле случая свидетелем крупного пожара, успел сделать около 45 фотографий этого происшествия и практически моментально выложил их в интернете. Репортаж до сих пор можно найти по ссылке

¹⁹ <http://mobilography.com/about.html>

<http://wearcam.org/eastcampusfire.htm> . В комментариях к фотографиям Манн отмечает, что Сеть впервые в истории увидела события в реальном времени. Таким образом, Стив Манн осуществил новый способ сбора и передачи новостей²⁰ .

Первое сообщение, отправленное при помощи настоящего мобильного телефона, принадлежит журналисту из Дании Тому Вилмеру Пааманду, который на своей персональной страничке в интернете сообщает, что впервые использовал систему публикации мобильных сообщений в интернете 31 мая 2000 года²¹ .

Далее проходило становление и развитие мобильных технологий и процесса отправки сообщений с сотовых телефонов. 5 ноября 2002 года веб-дизайнер Адам Гринфельд ввел термин "моблоггинг", после чего информация о новом явлении появилась в различных СМИ. 8 января 2003 года была открыта платформа, специально адаптированная для публикации мобильного контента с помощью отправки MMS сообщений. Автор технологии – дублинская компания NewBay Software.

Актуальность информации, в том числе фотографий и репортажей с места действия, ценится очень высоко, что доказывает пример с цунами в Юго-Восточной Азии в 2006 году. Уже через несколько минут после начала стихийного бедствия в блогах появилась информация с места событий: фотографии и краткие сообщения очевидцев, которым удалось остаться в живых. Неудивительно, что их блоги в течение нескольких дней вошли в список самых популярных в Сети.

Однако никто не станет отрицать, что именно телефоны со встроенной камерой сыграли основную роль в популяризации мобильных блогов. Сегодня коммуникаторы и смартфоны становятся все более доступными и совершенными, что значительно повышает популярность моблоггинга.

²⁰ A chronology of articles, events and resources about moblogging // Joi Ito's Socialtext Workspace. 2003. 10th June. (<http://joiwiki.ito.com/joiwiki/index.cgi?moblog>).

²¹ Paamand T.V. First known Moblog. 2004. Oktober. (<http://tom.paamand.dk/moblog.htm>).

"Передача сообщений и камерафон — вот два мощных репортерских инструмента, попавших в руки миллионов потенциальных корреспондентов по всему миру, — говорит Роберт Найлс, редактор сайта "Онлайновая журналистика" (<http://www.ojr.org/>) и преподаватель школы журналистики в университете Южной Калифорнии. — Так что теперь, когда любое интересное событие происходит на публике, кто-то неизбежно будет там, чтобы задокументировать его и мгновенно опубликовать в интернете"²².

Съемки телефонами становятся все чаще первыми, а подчас и единственными свидетельствами с мест терактов или громких происшествий. Первая съемка разбитой машины губернатора Михаила Евдокимова сделана именно таким образом (позднее эти кадры шли по краевым телеканалам). Кадры от метро "Рижская", появившиеся в интернете буквально через полчаса после взрыва, тоже попали туда с мобильных телефонов прохожих. Судебная мобилохроника – ноу-хау художников, рисовавших в Мосгорсуде портреты Ходорковского: в перерывах между зарисовками они снимают телефонами зал суда и его обитателей. При этом самые первые фото экс-главы ЮКОСа из СИЗО "Матросская Тишина", появившиеся потом в прессе, были засняты мобильником кем-то из предприимчивых репортеров.

По мнению главы Всемирного общества мобилографов Дмитрия Резвана, мобильные картинки способны произвести настоящий переворот в журналистике. Кроме того, это может стать серьезным ударом по официальным каналам подачи информации и по цензуре. "Мобильный телефон заставляет снимать в таких условиях и обстоятельствах, где раньше это никому не приходило в голову", – говорит Дмитрий Резван. Как считает фотограф, "механизм получения картинок в реальном времени дает осознание существования в другом пространстве, и мобильные кадры – это инструмент нового медиапространства". "Это не только средство получения информации в виде фото, но и средство его мгновенной доставки, –

²² Ализар А. Мобильные блоги обещают революцию.// Вебпланета. 24.05.2005. (<http://webplanet.ru/news/internet/2005/5/24/moblog.html>)

утверждает Резван. – Потому что мобильный контент начинает работать сразу, в реальном времени".

Фотограф не сомневается, что будущее – за так называемой мобилографии-news. Суть этого явления – в широком участии в журналистике активных пользователей мобильных телефонов и интернета (таких, как сообщество "Живого Журнала"). Если сейчас, по словам Резвана, у них слишком сильна мотивация "информационного повода" (они начинают снимать и слать картинки только после впечатляющих событий, например терактов или взрывов), то в дальнейшем пользователи станут нажимать кнопки камерофонов в любом случае, когда видят интересное событие. В последующем средства массовой информации, как считает наш эксперт, смогут на специальных интернет-ресурсах приобретать эти картинки. "Причем СМИ смогут использовать не только картинки, но и остальные функции мобильных, – говорит Резван. – Это, помимо фото – аудио, текст и видео"²³.

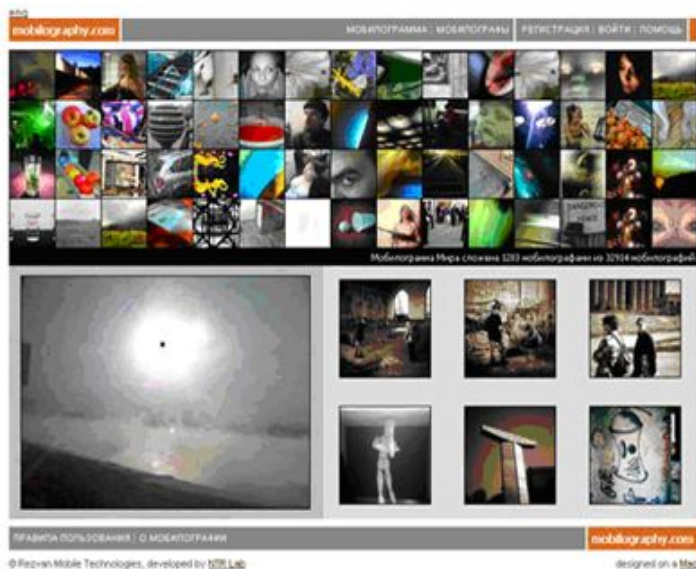
В рунете большой популярностью пользуются такие моблоги, как Mobilography.com, Moroto.com, Flickr.com и другие. Также записи в LiveJournal.com можно публиковать с помощью мобильного телефона.

2. Обзор популярных моблогов

1) Mobilography.com

На 7 мая на Mobilography.com зарегистрировано 1400 пользователей, которые прислали в общей сложности 37393 мобилографии. Загружать мобилографии можно непосредственно через сайт или отправив MMS или электронное письмо на специальный адрес. Регистрация на сайте довольно простая. Вводишь в специальное поле свой электронный адрес, на которое автоматически высылается письмо с регистрационным кодом.

²³ Блинова Е. Всевидящее телефонное око. //Новая газета. 20.09.2005. (http://ng.ru/ideas/2005-09-20/10_oko.html)



2) Mopoto.com

Осенью 2006 года в рунете появился проект MOPOTO. Мобильный блог Mopoto.com - это бесплатный сервис, любой пользователь которого может разместить на персональной странице в интернете фотографии и видеоролики, сделанные мобильным телефоном и комментарии к ним прямо с места событий. Для этого достаточно отправить MMS или E-mail. Идея создания этого проекта пришла разработчикам во время отдыха на озере Селигер. Тогда они подумали: как было бы здорово, если бы коллеги,

которые сейчас сидят в офисе, в режиме реального времени увидели, как им хорошо отдыхается.

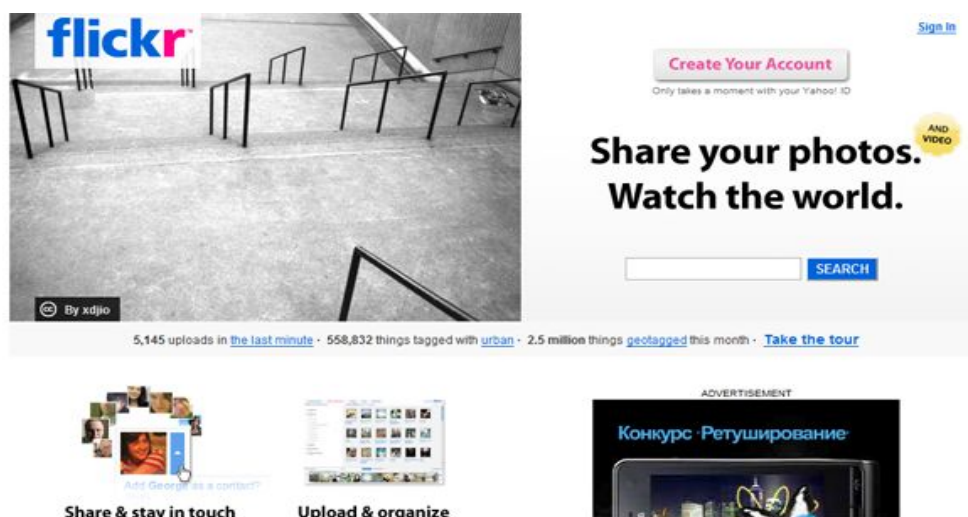
В отличие от блогов, здесь ключевым элементом сообщения является именно фотография, а в отличие от фото-архивов вся система ориентирована не на создание фотоальбомов, а именно на блоггинг. Пользователь MOROTO – это активный наблюдатель. И изюминка проекта – не в качестве фотографии, а в ее содержании и скорости доставки.

Идея простая. Регистрируетесь, читаете инструкции и после этого получаете возможность любую, сделанную мобильным телефоном фотографию тут же отправить в свой фотоблог на Moroto с помощью все того же телефона. Каждой фотографии дается описание и присваивается какой-то тег.

Надо сказать, что сделан сервис очень грамотно и пользоваться им весьма удобно. Например, при просмотре каждой выбранной фотографии снизу дается предпросмотр с навигацией других изображений из этой категории, снизу дается ссылка на оригинальный размер фото, а справа идет календарь с историей опубликованных картинок из этой категории. Кроме того, сервис поддерживает экспорт записей в популярные блоги.

По данным на 7 мая, на сайте зарегистрированы 3406 человек. Прислано 49 522 мобилографии (11 288 мб) и 901 видеоролик (1 904,7 мб).

3) *Flickr.com*



5,145 uploads in [the last minute](#) · 558,832 things tagged with [urban](#) · 2.5 million things [geotagged](#) this month · [Take the tour](#)

Share & stay in touch

Upload & organize

ADVERTISEMENT
Конкурс Ретуширование

Возможность вести мобильный блог предоставляет также популярный фотохостинг Flickr.com. Рассмотрим пошагово принцип создания блога на данном ресурсе.

- Идем регистрироваться на Flickr (ссылка в нижнем левом углу главной страницы). Сервис доступен на английском, немецком, испанском, итальянском. Русскоязычной версии нет. Бесплатный аккаунт позволяет закладывать не более 100 мб в месяц и не более 200 фото всего. В принципе для моблоггинга этого вполне достаточно, если не совмещать аккаунт с обычными фотографиями. Платный аккаунт стоит 24,95 доллара за год.

- Для регистрации потребуется Yahoo ID, если у вас его нет, то сначала зарегистрируйте его. Процесс довольно утомительный, потому что нужно заполнить много полей.

- Итак, вы зарегистрировались и залогинились во Flickr. Далее нужно открыть страницу Uploading by email (<http://flickr.com/account/uploadbyemail/>). Здесь написан ваш личный E-mail, на который нужно отправлять фотографии для загрузки их на сайт. Можно указать название фотографии и краткий комментарий к ней. Учитывая, что Flickr имеет функциональность блога (посты располагаются в хронологическом порядке, есть возможность комментирования), ваш моблог уже готов.

- У Flickr есть еще одна интересная функция – кросс-постинг в блог. Идем на страницу <http://www.flickr.com/blogs.gne>, где в листбоксе выбираем нужный нам блог. В настоящее время поддерживается экспорт моблогографий в LiveJournal.com, WordPress, Blogger Blog, Manila Blog, Vox Blog и другие. Вводим свой логин и пароль от аккаунта в блоге, помечаем галочкой Save your password.

- Итак, мы подключили блог к Flickr. Можете проверить постинг, нажав на странице кнопку Test Post – в вашем блоге появится тестовый пост. Осталось только настроить постинг с мобильного в блог. Для этого опять

заходим на страницу <http://www.flickr.com/account/uploadbyemail/>, ищем в третьей, правой колонке ссылку и ждем на нее. Тут можно настроить размеры картинки, которая будет отправлена в блог. После сохранения всех настроек возвращаемся на страницу и замечаем, что появился еще один e-mail адрес. Именно отправленные на него письма попадут прямым к вам в блог!

4) *Blogger.com.*



Сервис Blogger был создан компанией Pyra Labs в августе 1998 года, с 2003 года ею владеет Google. Для создания блога вам необходимо иметь или завести почтовый адрес Google. Затем в специальную регистрационную форму вводится пароль и ваше имя для подписи в блоге. Затем вы придумываете название блога и его адрес в сети.

После регистрации выбираете шаблон блога, который потом можно изменить или придумать свой. Таким нехитрым способом создается новый блог. Теперь можно вести дневник непосредственно с мобильного телефона. По адресу "настройки -> электронная почта" вы найдете e-mail, на который

вам нужно отсылать мобилографии или текст общим размером до 10 мб для публикации их в вашем блоге.

Плюсы Blogger.com:

1. Blogspot, как и сам Google, прост и удобен в обращении, начать вести блог на нём не просто, а очень просто. От нажатия кнопки "зарегистрироваться" до первого сообщения у вас уйдёт не больше минуты.
2. Сравнительно большой выбор шаблонов.
3. Централизованные средства защиты от спама в комментариях.
4. Довольно большой набор настроек формата размещения и хранения данных (язык, время, архивы, permalink, ...). И это, безусловно, далеко не все положительные моменты сервиса.

Минусы Blogger.com:

Все вышеперечисленное сыграло и пагубную роль: благодаря простоте и удобству Blogger полюбился спамерам²⁴ и дорвейщикам²⁵. Темпы роста количества блогов-пустышек стали очень масштабными.

3. Моблоги как перспективный тип коммуникационных медиа

Как мы видим, моблоггинг стал естественным продолжением в развитии новейших медиатехнологий. Это происходит во многом благодаря тому, что беспроводные коммуникационные технологии развиваются быстрее, нежели какие бы то ни было ИКТ в истории человечества. Основной их потребитель – молодежь, которая успешно приспосабливает их под свои нужды и развивает дальше. Это стало возможным в контексте формирующейся сетевой структуры общества, культурной индивидуализации и укрепляющейся автономии индивидуума. Все вместе

²⁴ Спам - сообщения, присылаемые вам от неизвестных людей или организаций, которым вы не давали на это разрешения. Как правило, спам - это массовая рассылка на большое число адресов, содержащая рекламу или коммерческие предложения.

²⁵ **Дорвей** (англ. *doorway*) — в SEO, сайт или веб-страница, ориентированные на конкретный поисковый запрос (либо группу запросов) и созданные с целью занять высокое место среди результатов выдачи, генерируемых поисковыми системами по данным запросам, за счет повышенной плотности содержания ключевых слов и правильного использования важных для ранжирования факторов.

это провоцирует развитие большого числа персональных проектов в соцсфере, сфере культуры, СМИ. Подростки и молодежь получили возможность закрепить свое автономное существование в рамках семьи в силу ослабления этого социального института, ярче проявить свою индивидуальность, сконструировать коммуникационные группы в рамках сетевой общности, частью которых они хотят быть, сформировать групповую идентичность, выработать свой язык общения в границах существующих норм. Такие выводы делает в своем докладе Мануэль Кастельс и его коллеги из Анненбергской школы коммуникации при университете Южной Калифорнии²⁶.

Исследование Кастельса показало, что социальные тенденции, возникающие под влиянием мобильных технологий, говорят о возникновении и развитии "мобильного коммуникационного общества" – mobile communication society. Но технологии не определяют развитие общества, они преобразовываются каждым человеком, который подстраивает их под свои потребности. В то же самое время специфические характеристики технологии оказывают сильное влияние на содержание и средства коммуникации, расширяя области возможного. И поскольку коммуникация лежит в основе человеческой деятельности, изменения в процессах коммуникации ведут к глубоким социальным трансформациям²⁷.

Многие медиаисследователи отмечают, что именно моблоги наиболее ярко свидетельствуют о трансформации медийной сферы и вовлечении в нее непрофессионалов как полноправных медиаавторов²⁸.

Мобилография существенно расширяет возможности коллективного творчества, в полной мере соответствуя природе мировой Сети как

²⁶ Castells M., Fernandez-Ardevol M., Qiu J.L., Sey A. The Mobile Communication Society: A cross-cultural analysis of available evidence on the social uses of wireless communication technology // A research report prepared for the International Workshop on Wireless Communication Policies and Prospects: A Global Perspective, held at the Annenberg School for Communication, University of Southern California, Los Angeles. 2004. 8th and 9th October. (<http://amic.info/workshop04/MCS.pdf>). P. 156

²⁷ Там же.

²⁸ Рейнгольд Говард. Умная толпа: новая социальная революция. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2006.

"коллективного разума" и открывая новые направления развития одного из базовых принципов интернета – интерактивности²⁹.

Создавая особую коммуникационную среду внутри глобальной сети, моблоги позволяют общаться простейшими визуальными сообщениями, которые в то же время могут заменить собой большие объемы текста и при этом донести больше, чем текст. Моблоги дают возможность говорить простым языком сложные вещи, и в этом плане потенциал моблогов в качестве средства коммуникации пока даже не осознается до конца.

В отличие от компьютера, который помогает поддерживать коммуникацию со значительно большим числом людей, мобильные технологии по своей природе являются способом общения лишь с относительно небольшой группой людей – с теми, кого мы знаем лично (поэтому передаваемая информация носит более личный, интимный характер). Но, может быть, в этом феномене и заключается один из путей развития информационного общества, когда основой коммуникационной структуры социума становятся не средства массовой информации, а средства индивидуальной коммуникации? Информационная насыщенность среды обитания сегодня так велика, что даже без телевизора трудно остаться в стороне от событий, происходящих в мире. А вот уже удовлетворять частные интересы будут новые интерактивные средства коммуникации.

Основная ценность, которую создают моблоги, – это новые социальные практики. Если собрать воедино все информационно - коммуникационные технологии, начиная с SMS и заканчивая сложными компьютерными программами, у нас получится новая инфраструктура, которая дает возможность людям совершать некоторые принципиально новые действия. В этом и состоит основной момент, который мы должны иметь в виду. Глубинные изменения в обществе всегда проистекают именно

²⁹ Секретарев Н. Новая знаковая система. Сочетание интернета и мобильного телефона с фотокамерой дает неожиданные результаты. // Независимая газета. 17.09.2004. (http://www.ng.ru/internet/2004-09-17/11_system.html)

из человеческих отношений, которые, в свою очередь, трансформируются благодаря новым технологиям. Однако положительный исход возможен только в том случае, если мы встанем на позицию пользователя, а не потребителя. Отличие пользователя от потребителя заключается в том, что пользователь всегда активен, а потребитель пассивен. Пользователь выбирает, что ему смотреть и слушать, и если существующие каналы информирования его не устраивают, сам создает контент. Потребитель же "ест" все, что ему подают, уже готовым – он не умеет делать принципиальный выбор. В итоге, он не сам конструирует свое будущее, а выбирает из тех моделей, которые ему предлагают и в которых он не может ничего изменить.

Современные мобильные телефоны пока значительно отстают от тех будущих устройств, которые мы могли бы назвать действительно "умными". Однако мобильники все же помогли людям встать на путь активных игроков в информационном поле. С помощью мобильного телефона каждый человек, который раньше был только пассивным читателем газет и журналов, теперь может стать самостоятельным репортером.

Глава IV. От традиционных СМИ к гражданской журналистике: эволюция развития интерактивных медиа в интернете

1. User-generated content в развитии новых электронных медиа

До недавнего времени аудитория не могла участвовать в создании медиапроектов из-за отсутствия или недоступности соответствующих технологий. Сегодня появились проекты, которые создаются без поддержки профессионального издательства, чаще на основе бесплатных сервисов, предоставляющих услуги по "строительству" сайтов. Сегодня такую интерактивную форму медиа можно обозначить термином *consumer generated media* или *user-generated content practice*, что сегодня в переводе на русский часто называют "пользовательским контентом".

К "медиа, созданным потребителями" можно отнести такие средства информации и коммуникации, как:

1) веблоги, к которым относятся личные сетевые дневники и общественно-значимые ресурсы с коллективным авторством (о них мы говорили выше);

2) блоги, которые ведут читатели или журналисты по инициативе издательств и которые интегрированы в сайты СМИ. Часто, однако, встречаются корпоративные блоги и на LiveJournal.com;

3) онлайн-комьюнити;

4) сайты гиперлокальных новостей, созданные на принципах партисипационной журналистики;

5) мобильные блоги, составленные из фотографий и небольших сообщений, снятых и опубликованных в интернете с помощью мобильных телефонов.

В связи с распространением так называемых непрофессиональных медиа мы наблюдаем процесс, когда на смену ограниченной интерактивности крупных медиа-структур приходит коммуникация, в

которой каждый пользователь может быть и читателем, и автором. Сегодня зачастую обычный пользователь становится источником эксклюзивной информации, в связи с чем популярный российский электронный журнал о новых информационных технологиях "Компьютерра" пишет:

"Эпоха всемогущих масс-медиа заканчивается. О появлении Антихриста мне сначала пробормочет друг по мобильнику и напишет приятель в аське, потом я прочитаю об этом в ЖЖ, и только вечером по телевизору мне расскажут, что все происходящее следует считать Вторым Пришествием. Средства массовой информации, когда-то преуспевшие в том, чтобы сбить народ в массу, теперь теснятся, уступая место новым медиа, которые создает само общество.

Для чего вообще существуют масс-медиа? Вроде бы дурацкий вопрос – всем же все понятно... Но попробуйте его задать случайному прохожему и вы получите примерно с равной вероятностью два ответа: "чтобы рассказывать всем обо всем" и "чтобы врать без передыху".

Важно, что оба ответа, в сущности, справедливы. С одной стороны, общество уже давно (начиная с XVII века) осознало, что в происходящем с нами и вокруг нас может быть нечто важное, интересное или занятное "для всех", и отдало СМИ право отбирать и распространять новости.

Отбирать в буквальном смысле слова, выдергивать из окружающей действительности, просеивать горы фактов, а потом делать их общим местом, тем, о чем все могут или даже должны знать. Ну а заодно - развлекать и рекламировать"³⁰.

По мере развития технологий активные граждане стали считать себя достаточно компетентными для того, чтобы снять со СМИ прерогативу отбора и распространения информации и самим заниматься этим процессом. Благодаря новым технологиям публикация сетевого контента превратилась в

³⁰ Харитонов В. Медиа - в массы! // Компьютерра. 30.03.2006 (<http://www.computerra.ru/think/261120/>).

простой процесс нажатия кнопки в браузере или даже на мобильном телефоне.

Гражданская фотожурналистика – совсем не новость. Со времен появления массовой фотографии и видеосъемки люди пытаются запечатлеть события окружающей жизни, свидетелями которых они стали. Газеты и журналы всегда с удовольствием покупали эти снимки: например, любительская видеозапись убийства Кеннеди в 1963 году была куплена за \$150 тыс. В наше время мобильной фототехники такую видеозапись и фотографии сделали бы десятки тысяч человек, со всех возможных ракурсов.

Любительские медиа становятся очень популярными и влиятельными, однако нельзя рассматривать их как альтернативу СМИ. Простота распространения информации и графоманство могут оказать на общество и негативное влияние. Информационное пространство заполняется большим количеством малозначащих сообщений, спамом, неэтичными, нецензурными высказываниями и прочим информационным "мусором".

2. Журналисты и блоггеры – конкуренты?

Мобильные и традиционные блоги - это один из быстрорастущих феноменов в интернете. На данный момент существуют миллионы веблогов и тысячи новых создаются каждый день. Блоги выступают в роли уникального коммуникатора между людьми.

Создание моблогов переводит этот феномен общения на более высокий уровень, позволяя людям использовать их мобильные телефоны для публикации своего жизненного опыта в интернете. С помощью моблогов можно публиковать фотоинформацию о каких-либо событиях или происшествиях, свидетелями которых вы являетесь. После этого большое количество людей сможет зайти на ваш моблог и посмотреть вашу версию фоторепортажа. Таким образом, формируется большое количество независимых точек зрения на одно и то же событие, ведь в СМИ информация

подается большей частью в "фильтрованном" виде, а моблоги подают "сырую" информацию, предоставляя огромное пространство для ее анализа непосредственно в комментариях к фоторепортажу.

Возможно, в скором времени популярность обычных блогов или онлайн-дневников уступит популярности моблогов, и публикация постов уже не будет требовать обязательного наличия компьютера для связи между человеком и его блогом.

Часто блоггер, если и не становится журналистом, то берет на себя многие журналистские обязанности: он находится в эпицентре события, ведет репортаж, встречается со свидетелями и комментирует происходящее. Партисипационная журналистика позволяет обычным людям заниматься тем, чем раньше занимались только профессиональные корреспонденты. Нередко "народными репортерами" становятся активисты различных сообществ и движений, о которых они и пишут, или жители небольших городков, которые сообщают на интернет-порталах свои местные новости.

Эксперт в области гражданской журналистики Дэн Гиллмор в своей книге "Мы – Медиа" пишет, что профессиональные фотожурналисты почувствовали конкуренцию со стороны армии любителей. По мнению Гиллмора, в ближайшее время этот процесс может привести к исчезновению большинства профессиональных фотожурналистов (останутся только избранные, и это будет очень редкой профессией).

Отдельные профессионалы никак не смогут конкурировать с огромной медиасферой, которая порождает в интернете массу контента после любого более-менее значимого события. Качество фототехники у населения становится все лучше, так что в будущем уровень многих любительских снимков будет удовлетворять даже самым взыскательным требованиям. По Гиллмору, последний этап "вымирания" профессиональных

фотожурналистов наступит тогда, когда появятся удобные сервисы, где заказчики могут найти и купить лучшие из фоторабот и видеороликов³¹.

Так есть ли серьезная опасность для профессиональной журналистики со стороны любителей? Какую угрозу несет гражданская журналистика качеству и достоверности информации, медиа-бизнесу и индивидуальности в профессии?

Журналист и телекритик Сергей Варшавчик: "Сам термин "гражданская журналистика", на мой взгляд, неверен, поскольку подразумевает, что имеется еще и "военная журналистика". Есть просто журналистика. Если же говорить о том, смогут ли блоггеры потеснить или даже заменить журналистов, то я отвечу - нет. Дело в том, что журналист - это человек, профессионально занимающийся сбором и распространением информации, которому платят за это деньги. Иными словами, ремесленник, в хорошем значении этого слова.

Блоггер же, занимается сбором и распространением информации не столь целенаправленно, не имея столь мощного стимула к этому, как зарплата. Иными словами, это - любитель, который не обязан проверять правдивость той или иной информации, которую публикует. Сейчас блоггерство активно дополняет журналистику и периодически помогает ей находить те или иные темы. Или, наоборот, критикует журналистику, указывая ей на те или иные недочеты в материалах. Часто журналисты сами являются активными блоггерами (я, например). И в этом случае блог выступает в роли личного СМИ"³².

Главный редактор деловой газеты "Взгляд" Александр Шмелев: "Главная опасность: у любителей нет никакой ответственности. Их профессиональная деятельность и зарплата не зависят от репутации, они могут сообщать о любых фактах. И совершенно нормальной является

³¹ Gillmor Dan. We the Media. Grassroots Journalism by the People, for the People. // <http://oreilly.com/catalog/wemedia/book/index.csp>

³² <http://www.rian.ru/opinions/20071207/91425782.html>

ситуация, когда один и тот же пользователь LiveJournal (Живого Журнала) постоянно пишет о различных утках, которые на поверку оказываются ложью.

Кроме того, публика вообще любит всякие сенсации, даже если потом они оказываются утками. Главная опасность для профессиональных журналистов - на эти утки "вестись". К сожалению, многие наши коллеги начинают писать серьезные (якобы серьезные), аналитические статьи в якобы серьезные издания, вся фактура для которых берется из блогов этих журналистов-любителей, из Живого Журнала. Таким образом, они оказываются на очень уязвимых позициях, их можно аргументированно опровергать.

Вообще, журналистика - это любовь к распространению информации, и здесь действует принцип: "то ли он украл, то ли у него украли, а осадок остался". Поэтому авторитет информации очень сильно упал с появлением блогов, с развитием интернета. Сейчас, когда появляется новость, более-менее знающие люди не начинают ее сразу же воспроизводить, а считают своим долгом тщательно и несколько раз ее проверить. Потому что в 99% случаях она оказывается уткой"³³.

Антон Носик: "Это вопрос такого же рода, как: "Угрожает ли профессиональному спорту любительский?". То есть в каком-то абстрактно-рыночном смысле в любительском спорте есть угроза профессиональному. Если есть много высококачественных любительских команд, и много классных игроков международного уровня, которые занимаются спортом в свободное от основной работы и учебы время, то, наверное, это создает конкуренцию на трансферном рынке. И, наверное, игрокам профессиональной лиги труднее "набивать" цену на свои контракты, если у тренеров есть возможность выбирать - кого принять на работу. И в этом смысле сильные игроки-любители, безусловно, угрожают профессионалам.

³³ <http://www.rian.ru/opinions/20071207/91425782.html>

Если некоторые агентства торгуют работами определенного фотографа за сотни долларов за снимок, а у того же самого фотографа есть свой собственный фотоальбом из которого можно купить эти или другие его снимки с того же события напрямую и дешевле, то таким образом подрывается бизнес фотопосредничества. В этом смысле, конечно, есть прямая угроза экономическим интересам. Но если говорить об отрасли в целом, то, разумеется, профессиональный спорт сильно выигрывает от того, что благодаря нему огромное количество людей вовлечено в спорт любительский. То есть, профессиональный футбол выигрывает от того, что в стране много спортивных школ, много дворовых площадок, от того, что многие люди любят играть в футбол. Если существующую в спорте ситуацию спроецировать на журналистику, то можно говорить о том же самом. Если человеку интересно узнавать новости из чьего-то блога (личного онлайн - дневника) - то есть из народной журналистики, то не нужно считать, что это происходит за счет газет, аудитория которых и так, независимо от интернета, снижается, а происходит за счет публики, которая газет раньше не читала. Если сегодня аудитория LiveJournal (Живого Журнала) - 8 миллионов человек (только русской части), то это не аудитория, отнятая у "Коммерсанта" и "Ведомостей", потому что у них, вместе взятых, столько аудитории никогда и не было. Это новая потенциальная аудитория, ими обретенная. То же самое касается профессионального рынка и возможности редакторов выбирать сотрудников, возможности издания выбирать материалы. Чем шире предложение, тем больше шансов на качественную работу"³⁴.

Старший спецфотокорреспондент РИА Новости, академик Международной академии пресс-фотографии, преподаватель МГУ Владимир Вяткин пишет: " Я не вижу особой опасности для профессионального журналиста, хотя в профессиональной журналистике я разочаровался

³⁴ <http://www.rian.ru/opinions/20071207/91425782.html>

полностью. Ее оттеснили на второй план интернет и телевидение. Если лет тридцать-сорок назад скорость передачи информации была другой, и фотограф имел возможность воздействовать на общественное сознание, на психологию общества через какие-то социальные проблемы внутри страны, находясь вне ее, то сейчас телевидение имеет необъятные возможности. Можно моментально передавать сообщения с места события, терактов, снимать мыльницами, мобильными телефонами. И вот вы утром встали, включили телевизор, по которому идет какая-то информационная программа, повторяющаяся через каждые 20-30 минут. Вы услышали что-то краем уха, краем глаза увидели изображение - и вы уже информированы, то есть представляете, что происходит. Вас не интересует глубокое проникновение в суть того или иного события, но визуально вы его представляете. Если есть интерес проникнуть глубже - вы отправляетесь в интернет. Но рано или поздно обществу понадобится проникнуть в суть событий, в суть человеческих отношений.

Человека интересует оперативная информация: за рулем автомобиля, да и вообще где угодно: что и где загорелось, кто умер и т.д. Но любой обыватель и потенциальный потребитель информации будут снимать и авторучками, и часами, и пуговицами, и чем угодно. Важно быстро передать.

Так что, опасность для профессиональной журналистики есть. Но людей образованных, помимо чисто события, интересует его глубина. Это основа всего: и литературы, и журналистики, и любого искусства. Не нужно этого бояться. Пусть будет и так. Любой человек переварит в течение какого-то времени полученную информацию и, если захочет большего, обратится к профессиональной журналистике. Никуда он от этого не денется"³⁵.

Однако проекты, работающие по принципу "народной журналистики" не ставят своей целью вытеснить с информационного поля крупные профессиональные СМИ. Народные журналисты должны предоставить

³⁵ <http://www.rian.ru/opinions/20071207/91425782.html>

альтернативный источник информации, который должен ориентироваться на свою аудиторию и прислушиваться к ее мнению.

Исследователи на конкретных примерах доказывают, что "народной журналистики" не было бы без профессиональных СМИ: они более зависят друг от друга, чем может показаться поначалу. Блоггеры узнают новости из традиционных СМИ. Они любят поговорить, но для того, чтобы начать дискуссию, им необходимы материалы традиционных СМИ. Конечно же, у блоггеров есть свое мнение, но было бы преувеличением сказать, что они более влиятельны, чем журналисты традиционных СМИ.

3. Взаимодействие блогов и СМИ. Практика рунета

Однако есть и примеры обратного взаимодействия. Сегодня не каждый человек сможет написать аналитическую заметку о бизнесе или экономике, но каждый может стать свидетелем необычного явления или того, как нарушаются права человека.

Признание к блоггеру может прийти совершенно неожиданно – главное оказаться в нужное время в нужном месте и получить эксклюзивный материал – видео или фото. Очень яркий пример – случай с игроками "Спартака" в 2006 году. 31 октября на стадионе "Лужники" прошел футбольный матч "Спартак" – "Интер". Накануне вечером выпал снег, поэтому весь транспорт встал, казалось, в одной гигантской пробке. Красно-белые вынуждены были добираться до стадиона на метро. Блоггер Алексей Шухмин, пишущий под ником Alex_kaka (<http://alex-kaka.livejournal.com>, <http://alex-kaka.livejournal.com/372627.html?page=4# comments>), случайно попал в один вагон с командой и сделал несколько уникальных фотографий, которые разместил в своем дневнике. Естественно, что многие СМИ обратились к блоггеру с просьбой разрешить републикацию фотографий в своих изданиях. Так блоггер снискал популярность, может, и недолговечную. Однако камнем преткновения стала ситуация с выплатой гонораров, потому

что СМИ пока неохотно признают за блоггерами права на авторство материалов медийного характера.

Еще один пример. 4 апреля в московском парке "Сокольники" произошел инцидент с участием неформальной молодежи и сотрудников милиции. Милиционеры попытались задержать у входа в метро молодого человека с бутылкой пива в руках – однако его знакомые повели себя нестандартно. Неожиданно простое задержание превратилось в импровизированный митинг и потасовку с милицией.

Совершенно случайно минимум двое прохожих засняли происшествие на видеокамеру, а оказавшийся поблизости оппозиционный журналист поместил в блогах развернутый, изобилующий эмоциями репортаж.

"Это лет 20-30 назад "Сокольники" были парком отдыха... Теперь здесь охотятся другие люди. В серой форме. С примитивными невыразительными лицами. И с сержантскими, обычно не выше, шпалами на погонах", - сообщил он.

"Вдруг шум, гам. Заглядываю за угол: так и есть! Беспорядок учиняют люди в форме, кому ещё?!", - так журналист описывает случившееся. – "Это не просто молодёжь собралась у "Сокольников". Это неформалы - ребята и девчонки в странных прикидах (одежде), с причудливо выстриженными, заплетёнными, перекрученными и пробритыми причёсками. То ли панки с примесью эмо, то ли ещё кто, я даже разглядеть толком не успел. Разные. Все разные между собой. Индивидуальные. Хорошие открытые умные русские лица. Гордость нации. Её будущее"³⁶.

После того как информация об инциденте распространилась в блогах (к чему призывал жж-юзер Turikin), ГУВД выступило с официальной версией, согласно которой милиционеры, приехав по вызову граждан, застали у метро драку с участием восьми человек. Сотрудники милиции начали разнимать

³⁶ <http://tupikin.livejournal.com/317464.html>

молодых людей, и один из них брызнул в лицо милиционеру из газового баллончика. Все восемь были задержаны.

С удивительной оперативностью в блогах были размещены тексты, фото и видео, сделанные мобильным телефоном, призывы к проведению "недели действий против произвола милиции" - серии "акций солидарности с жертвами пыток в ОВД "Сокольники" и других милицейских репрессий в вашем городе". Так история из частной (и далеко не однозначной) превратилась в глобальный повод выступить "против произвола милиции вообще" и стала темой обсуждения практически во всех СМИ.

4. Пользовательский контент в СМИ. Обзор медиа

Сегодня все больше СМИ делают ставки на пользовательский контент, будь то блоги, специальные разделы для добавления пользовательской информации или призыв присылать тексты, видео и фото на специальный номер.

В рунете пока нет СМИ, которые состояли бы исключительно из пользовательского контента. В настоящее время ценность для СМИ представляют мобильные фото и видеоматериалы, если они эксклюзивны, если журналисты не могут сами провести съемки по каким-либо причинам. Как правило, к таким материалам относятся происшествия, криминал, ДТП. Одним этим газету не наполнишь. Материалы же другого характера либо не производятся, либо их качество оставляет желать лучшего.

Однако журналисты тоже не всегда и везде бывают с профессиональными фотоаппаратами и видеокамерами. Когда в главном офисе "Эльдорадо" проходили обыски и выемка документов, я в своем материале использовала фотографии, сделанные моим коллегой с помощью мобильного телефона

(<http://www.rb.ru/topstory/incidents/2008/04/02/121517.html>).

Часто именно благодаря случайным очевидцам в СМИ и на телевидении появляются первые кадры резонансных происшествий. Рассмотрим несколько СМИ, которые активно вовлекают пользователей в редакционный процесс.

RB.ru. RB.ru - это деловая сеть, объединяющая в себе СМИ, справочную информацию и бизнес-сообщество. Ресурс ориентирован на широкую офисную аудиторию - специалистов, руководителей всех уровней и владельцев бизнеса. RB.ru совмещает в себе как редакционные материалы, так и user-generated content (UGC).

Читатели не только активно комментируют редакционные материалы, но и размещают свои - в том числе, мультимедийные. Таким образом, с помощью технологий, схожих с используемыми в Wikipedia и LiveJournal, на портале накапливается актуальная информация, интересная деловой аудитории. Размещать собственные материалы пользователи могут в разделе пресс-релизы, публиковать в блогах, а также в разделе Office life – Сливы сообщества. В эту рубрику может писать любой посетитель сайта, используя специальную форму для добавления материалов, в том числе мультимедийных.

Публикация производится на условиях анонимности, редакция не несет ответственности за размещенные материалы. С момента запуска проекта в сентябре 2007 года в этой рубрике пользователями размещено более 150 материалов, в том числе фотографий, сделанных с помощью мобильного телефона.

При создании ресурса RB.ru основная ставка делалась на его мультимедийный формат и "вебдванольность", а разделы сообщество и офислайф являются самыми посещаемыми на сайте, что говорит о том, что явление user-generated content набирает популярность.

КР.ru. Видео читателей размещает на своем сайте и газета "Комсомольская правда". "Аварии, происшествия, смешные эпизоды, съемка с концертов и т.д. Присылайте нам все то, что вызывает у вас интерес и эмоции. Снимайте телефоном, фотоаппаратом, фотокамерой и присылайте нам в любом формате", - такой призыв размещен на сайте. Редакция обещает пользователям, чья новость попадет на сайт, славу и гонорар. Жаль, что весь контент нужно загружать через специальную форму на сайте, а не присылать непосредственно по MMS или электронной почте, что значительно повысило бы оперативность доставки информации.

Фонтанка.ру. В петербургском издании "Фонтанка.ру" есть раздел "очевидец", который редакцией позиционируется как своеобразный конкурс. Любой, кто стал свидетелем какого-нибудь события, происшествия, просто любопытной уличной сценки, может стать участником конкурса "Очевидец". Для этого достаточно прислать фотографии (в том числе и с мобильного телефона) и пояснительный текст к ним по указанному адресу. Приветствуются авторские истории о событиях, свидетелями которых стали читатели.

Mreporter.ru. Довольно интересный эксперимент проводят "Вести". Сервис Mreporter.ru позволяет любому пользователю стать репортером. Проект "Мобильный репортер" создан для публикации фото- и видеороликов самого разного жанра. Каждый зарегистрированный пользователь, если его репортаж окажется важным и интересным, может попасть в информационную ленту сайта "Вести.Ru", в эфир канала "Вести", в программы "Вести" и "Вести недели" телеканала "Россия", а также информационные программы телеканалов.

Проект модерзируется. В первую очередь на сайте нужно пройти регистрацию. При публикации материалов нужно помнить о стандартных ограничениях на распространение информации.

Чтобы отправлять репортаж непосредственно с мобильного телефона, нужно установить специальное мобильное приложение, которое облегчает отправку снятых видео- и фотоматериалов на сайт. Можно загрузить свой репортаж непосредственно через сайт. Для этого нужно зайти в свой аккаунт и добавить репортаж. Пользователи LiveJournal также могут присылать репортажи и оставлять комментарии на сайте под своим жж-логинем.

На 25 апреля на сайте зарегистрировано 1687 репортеров, которые прислали 1162 видеоролика и 1683 фотографии.

Live Report. Всемирная служба BBC и LiveJournal объявили о новом проекте, который позволит BBC увеличить число новостных материалов, подготовленных очевидцами событий. Совместный проект, получивший название Live Report, предоставляет русскоязычному интернет-сообществу уникальную платформу, в рамках которой пользователи Живого Журнала подключаются к работе сайта русской службы BBC bbcussian.com. Live Report предлагает блоггерам присылать сообщения, фото- и видео-отчеты о событиях, которым они стали свидетелями. Наиболее интересные материалы будут отбираться журналистами BBC для публикации на сайте Русской службы.

Современные СМИ упускают довольно большое количество событий. На какие-то новости не хватает ресурсов, какие-то иногда просто не влезают в выпуски новостей (эфирное время не резиновое). Кроме того, у профессиональных журналистов специфический взгляд на события. В масс-медиа, которые занимаются международными новостями, осознанно или непроизвольно появляется иерархия "ценности" новостей или даже регионов (несмотря на это, пока что самым популярным тэгом остается "Москва"). Live_Report - это альтернативный взгляд на новости. Здесь приветствуются репортажи о событиях, находящихся вне новостного мейнстрима. Возможно, сообщество будет интересно и профессионалам, потому что здесь можно публиковать репортажи, оказавшиеся "неформатными" для редакции.

Число журналов, зарегистрированных в российском сегменте Живого Журнала, перевалило за 1,5 млн, и каждый месяц сервисом пользуются более 9 млн человек. С момента неофициального запуска сообщества Live Report, который произошел в марте 2008 года, в нем уже появилось 365 новых участников.

Life.ru – одно из самых громких открытий последних нескольких месяцев в русскоязычном интернете. Ресурс изобилует видеосюжетами, то есть там почти одно видео, без статей. Портал предлагает своим читателям участвовать в создании сюжетов-видео роликов. Принимается видео с мобильных телефонов. За такие ролики авторам будут платить некую сумму. Большинство современных телефонов позволяют снимать видео, которое можно переслать посредством mms или непосредственно загрузить в интернет. Таким образом можно получать оперативные сюжеты с самых разных мероприятий.

Однако большинство русско- и англоязычных СМИ сегодня делают упор на блоги – редакционные и читательские. Соответственно пользователи в свои блоги могут загружать мультимедийные файлы, что делает их более интересными и соответствует эпохе web 2.0. Классические блоги пока остаются доминантой большинства ресурсов. Но когда и этот источник и одновременно канал распространения информации перестанет удовлетворять самих пользователей, на первое место выйдут именно моблоги и возможность делиться с редакцией интересными событиями не только посредством формочки на сайте. В настоящее время СМИ, кажется, боятся широко применять мобильный пользовательский контент, что, возможно, можно объяснить относительно сложной технической стороной организации процесса.

Заключение

В 1945 году, когда умер Рузвельт, люди включали радио, чтобы услышать экстренные выпуски новостей. Спустя дни и недели стали выходить специальные выпуски газет с колонками, заполненными подробностями этого события. Нечто подобное произошло в 1963 году, когда был убит Кеннеди, но уже с участием нового медиа. Экстренные новости о смерти Кеннеди выходили преимущественно по телевидению. Как и прежде, газеты и журналы изо всех сил старались добавить к информации побольше деталей и описание окружающей обстановки.

День 11 сентября 2001 года прошел по тому же сценарию. Мы узнавали об атаках, о том, что произошло, благодаря телевидению, которое показало тот кошмар очень живописно. Но кое-что еще, весьма важное, произошло в тот момент: новости стали делать обычные люди, все, кому было что сказать и показать - бывшие зрители, а не только "официальные" каналы. Это было возможным, потому что стали доступны новые инструменты – мобильные телефоны и платформы, позволяющие публиковаться в сети интернет. В те потрясшие всех дни заявил о себе новый вид репортерской работы. По электронной почте, из чатов и личных web-дневников – из всех нетрадиционных источников - мы получали ценную информацию, которую большинство американских СМИ не могли или не хотели транслировать³⁷.

Когда появилось телевидение, все заговорили о том, что газеты исчезнут, потому что не смогут соревноваться в скорости передачи информации. Когда появился интернет, многие прогнозировали конец эпохи традиционных СМИ. Теперь активно развивается мобильная связь, с которой как с каналом распространения информации также связаны большие ожидания.

³⁷ Gillmor Dan. We the Media. Grassroots Journalism by the People, for the People. (<http://oreilly.com/catalog/wemedia/book/index.csp>)

Мобильный телефон сегодня – это многофункциональное устройство. Подростки пользуются им для отправки текстовых сообщений и даже изображений. Взрослые – для общения. Бизнесмены покупают и продают с помощью мобильного телефона. Он используется для серфинга в интернете и передачи мультимедийных сообщений. Благодаря мобильным коммуникациям люди могут назначать и отменять встречи, переносить заседания, заключать договоры, оплачивать счета.

Сегодня мобильная телефония распространилась по всему миру - от Японии до Америки. Она стирает временные и пространственные границы между людьми. Мобильные телефоны сегодня не только широко используются в повседневной жизни, но и помогают в работе.

В начале 1950-х гг. Гарольд Осборн – тогда главный инженер в AT&T – предсказал, что мобильная телефония распространиться по всему миру, а каждому человеку при рождении будет присваиваться специальный телефонный номер. Позвонив на этот номер с мобильного видеофона, вы сможете увидеть человека в трехмерном измерении. И если однажды абонент вам не ответит, значит, он умер³⁸.

Сегодня мы видим, как его предсказание исполняется. Современная коммуникационная сеть уже охватывает почти половину населения Земли и подавляющую часть населения всех развитых и многих развивающихся стран.

Сегодня в интернете появились новые коммуникационные сервисы – моблоги. Так как основной контент моблогов – это фотографии, то этот тип новых медиа не привязан к определенному месту, стираются языковые барьеры, общение между людьми выходит на новый уровень.

Впрочем, радужно раздувающийся пузырь моблоггинга нравится далеко не всем: так, в конце 2006 года специалисты ABI Research опубликовали прогноз, согласно которому мобильный блоггинг как был, так

³⁸ Ling Rich. The Mobile Connection: The Cell Phone's Impact on Society. – Morgan Kaufmann, 2004. – S.169

останется уделом избранных. "На конец 2006 года насчитывается около 655 тыс. активных моблог-пользователей, - отметил Кен Хайерс (Ken Hyers), представитель ABI Research, - при этом очень важно слово "активных", поскольку многие прекращают вести свои блоги в течение пары недель после создания. К 2011 году, когда в мире будет насчитываться 3 млрд мобильных абонентов, число моблоггеров не превысит 2,7 миллиона человек"³⁹.

В 2007 году аналитическая компания In-Stat провела исследование рынка мобильного блоггинга и фотоблоггинга. Эксперты отмечают растущий интерес пользователей к этой области. По мнению In-Stat, высокий спрос открывает большие возможности развития в этой сфере для мобильных операторов, провайдеров социальных сетей, разработчиков программного обеспечения и других компаний, работающих на этом рынке. Сейчас для софтверных компаний выгодно направлять свои усилия на разработку интернет-приложений для этого сегмента рынка. Более 60% американских пользователей мобильных телефонов обладают устройством со встроенной камерой, тогда как в прошлом году их число составляло лишь 40%. К концу 2007 года, по прогнозам In-Stat, будет использоваться около миллиарда камерафонов⁴⁰.

Почему до сих пор моблоггинг и мобильные медиа не получили широкого распространения? Корень проблемы, как уверяют эксперты, лежит в плохом качестве мобильных фотографий, а также в избыточной сложности загрузки мобильного контента в интернет. Однако технологии в своем развитии идут вперед семимильными шагами. Так, уже начинается строительство мобильных сетей третьего поколения - 3G. Пользователь сможет не только разговаривать со своим собеседником, но и видеть его с помощью видеофона, путешествовать по интернету, вести бизнес, обучаться, развлекаться. Сети третьего поколения работают на частотах дециметрового диапазона около 2 ГГц, передавая данные со скоростью 2 Мбит/с. Они

³⁹ http://presentation.ru/articles/moblogging_22_06_07.html

⁴⁰ <http://www.astera.ru/news/?id=50010>

позволяют организовать видеотелефонную связь, смотреть на мобильном телефоне фильмы и телепрограммы и т. д.

Однако я бы со своей стороны добавила, что развитие моблоггинга во многом зависит от креативности самих пользователей, от их понимания своих возможностей в сфере создания информационного продукта. Впрочем, что касается чисто текстовой информации, то необходимость в ее оперативной публикации будет всегда – сокращение расстояния между мыслью и записью в ЖЖ публике нравится. Также очень важным моментом здесь является то, будет ли индустрия продвигать мобильный блоггинг, станут ли настройки по-настоящему простыми и удобными, потому что на сегодняшний день именно сложность настроек "отпугивает" пользователей.

Анализируя текущие тенденции в становлении и развитии новых медиа, я бы не стала делать радужных прогнозов. Вряд ли можно говорить о том, что моблоги затмят собой обычные блоги, потому что чисто мобильных блогов в сети немного. Между тем есть возможность публикации сообщений и фотографий с мобильного телефона непосредственно в свой блог на популярных хостингах (Livejournal, Liveinternet и др.), а это значит, что мобильные технологии и интернет взаимосвязаны и вряд ли могут быть конкурентами.

Полноценные мобильные медиа в интернете пока феномен. И говорить о том, что профессиональные журналисты в ближайшем будущем останутся без хлеба, потому что любители, снимающие на камеру мобильного телефона, возьмут их работу на себя, нельзя. Блоги, ставшие достаточно популярным явлением в интернете, не смогли затмить собой сетевые СМИ, но стали хорошим дополнением к ним, а также неплохим источником и каналом распространения информации. Также специальные проекты СМИ, наполненные пользовательским контентом, становятся своеобразным приложением интернет-СМИ, но из-за односторонности информации, которой делятся пользователи, - как правило, это какие-либо происшествия,

очень редко культурные мероприятия – пока не могут стать вполне самостоятельными медиа.

Тем не менее, новые мобильные технологии становятся мощным оружием в руках профессиональных журналистов. Сегодня буквально стираются все границы в распространении информации. Зачастую журналисту интернет-издания не нужна профессиональная техника для репортажных съемок: камеры в телефонах становятся все совершеннее, а формат интернет-СМИ позволяет делать скидку на качество снимков, если они интересны и/или эксклюзивны по содержанию.

Наверное, сегодня еще не стоит делать однозначных выводов – есть ли будущее у мобильной журналистики как таковой. Достаточно вспомнить отзывы экспертов о первых сетевых СМИ, которые говорили о "кризисе вторичности" (первые интернет-СМИ представляли собой информационной конвейер, были построены по одинаковой модели и, как правило, не производили эксклюзивного материала) и не верили в будущее сетевых СМИ.

"Идеологическая основа проектирования в сети сегодня незамысловата: подешевле сделать, подороже продать. Методика тоже проста: перенос газетных текстов и транскриптов теле- и радиопередач на веб. <...> Бюджеты сетевых СМИ не предусматривают статьи расходов на создание собственно сетевых жанров журналистики. Хотя это вовсе не лишено смысла. <...> Я не питаю иллюзий насчет сетевых СМИ, их способности сделать вклад в создание сетевой журналистики"⁴¹, - заявлял Рубен Макаров, тогда главный редактор проекта deadline.ru.

Тем не менее при всех разговорах о "вторичности" интернет-изданий они все-таки сегодня вышли на новый уровень и составляют серьезную конкуренцию традиционным СМИ: в силу своей оперативности, доступности (не надо идти за газетой в киоск, можно даже на мобильный телефон

⁴¹ Засурский И.И. Ре-конструкция России. Масс-медиа и политика в России девяностых (http://www.library.cjes.ru/online/?a=con&b_id=209&c_id=1599)

получать новости) и развитию современных технологий. Появились онлайн-версии традиционных СМИ, которые являются не просто зеркалом газеты или журнала, а имеют свою редакционную политику и свое содержание. Поэтому, вспоминая о развитии мобильных технологий и партисипационной журналистики, мы можем предположить, что через 5-10 лет обычные пользователи станут репортерами, а главной обязанностью журналистов стане редактирование информации, а не ее поиск.

Библиография

Книги и статьи

1. Ализар А. Мобильные блоги обещают революцию.// Вебпланета. 24.05.2005. - <http://webplanet.ru/news/internet/2005/5/24/moblog.html>
2. Ануфриева А. В России не хватает блоггеров. // DP.ru, 2007 год, 21 марта - <http://dp.ru/Default2.aspx?ArticleID=20029077-d3b3-4dbb-93d0-3a138b3ced4d>
3. Баловсяк Н. Я, ты, он, она... вместе Web 2.0? // Мой компьютер, №16 - <http://www.mycomp.com.ua/text/12074;jsessionid=189DDFD72D4307E74F456BC4610CD2>
4. Блинова Е. Всевидящее телефонное око. // Сетевая версия газеты "Новая газета" - http://ng.ru/ideas/2005-09-20/10_oko.html
5. Букин М. Перспективы внедрения сетей 3G в России // Сетевая версия журнала Mobi - http://www.mobimag.ru/Articles/2296/Perspektivy_vnedreniya_setei_3G_v_Rossii.htm
6. Вербицкий М. LJ: конец эпохи // Сетевая версия журнала "Русский журнал" - www.russ.ru/docs/91146509
7. Иванникова С. BLOGодарная почва // Сетевая версия газеты "Независимая газета" - http://www.ng.ru/internet/2006-03-03/9_blogs.html
8. Интернет и интерактивные электронные медиа: Исследования. // Сборник лаборатории медиакультуры, коммуникации, конвергенции и цифровых технологий. Под ред. И.И. Засурского. – Изд-во МГУ, 2007.

9. Засурский И. Ре-конструкция России. Масс-медиа и политика в России девяностых // http://www.library.cjes.ru/online/?a=con&b_id=209&c_id=1599
10. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / Пер. с англ. А. Матвеева под ред. В. Харитонов. – Екатеринбург: У-Фактория, 2004.
11. Куринной И. Конец массы? Новый социальный феномен – блоги – ставит под сомнение будущее традиционных СМИ // Сетевая версия газеты "Независимая газета" - http://www.ng.ru/internet/2004-11-12/11_massa.html
12. Магляс М. Эволюция мобильного блоггинга // PCWeeklive - <http://www.pcweek.ru/themes/detail.php?ID=82729>
13. Морева А. ЖЖ в мобиле: тонкости мобильного блоггинга // Ferra.ru - <http://www.ferra.ru/online/phones/s26678/print/>
14. Перевалов В.В. Начала hi-tech журналистики. - М., 2005. // Журнал "Самиздат" - http://zhurnal.lib.ru/p/perewalow_w_w/hitechjournalism.shtml
15. Революция дневников // Washington Profile. 23.02.2006. - www.washprofile.org/?q=ru/node/4540&PHPSESSID=daef4159969b7c469d7d978072b867d6
16. Рейнгольд Г. Умная толпа: новая социальная революция / Пер. с англ. А. Гарькавого. – М. ФАИР-ПРЕСС, 2006.
17. Саймон М. Мобилография или войны мегапикселей // Компьютерра, 24.11.2004 - <http://www.computerra.ru/hitech/36731/>

18. Секретарев Н. Новая знаковая система. Сочетание интернета и мобильного телефона с фотокамерой дает неожиданные результаты. // Сетевая версия газеты "Независимая газета" - http://www.ng.ru/internet/2004-09-17/11_system.html
19. Тучков В. Куда держат пусть умные толпы // Сетевая версия журнала "Вокруг света" - <http://vokrugsveta.ru/telegraph/technics/367/>
20. Харитонов В. Медиа - в массы! // Компьютерра. 30.03.2006 - <http://www.computerra.ru/think/261120/>
21. Шпаньков И. Мобильный блоггинг // Компьютерра, 02.04.2008. - <http://www.computerra.ru/raznosoft/web/352660/>
22. A chronology of articles, events and resources about moblogging // Joi Ito's Socialtext Workspace. 2003. 10th June. - <http://joiwiki.ito.com/joiwiki/index.cgi?moblog>
23. Bowman, S., Willis, C. We Media. How audiences are shaping the future of news and information. The Media Center at the American Press Institute, 2003.
24. Castells M., Fernandez-Ardevol M., Qiu J.L., Sey A. The Mobile Communication Society: A cross-cultural analysis of available evidence on the social uses of wireless communication technology // A research report prepared for the International Workshop on Wireless Communication Policies and Prospects: A Global Perspective, held at the Annenberg School for Communication, University of Southern California, Los Angeles. 2004. 8th and 9th October.
25. Gillmor Dan. We the Media. Grassroots Journalism by the People, for the People. // <http://oreilly.com/catalog/wemedia/book/index.csp>

26. Groebel Jo, Noam Eli M, Feldmann Valerie. Mobile Media: Content and Services for Wireless Communications. London : Lawrence Erlbaum Associates, 2006.
27. Levinson Paul. Cellphone: The Story of the World's Most Mobile Medium and How It Has Transformed Everything. – Palgrave Macmillan, 2004.
28. Ling Rich. The Mobile Connection: The Cell Phone's Impact on Society. – Morgan Kaufmann, 2004.
29. O'Reilly. What is Web 2.0. 30.09.2005 // <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>
30. Paamand T.V. First known Moblog. 2004. Oktober. // <http://tom.paamand.dk/moblog.htm>

Интернет-источники

- <http://2008.rif.ru/>
- http://bbc.co.uk/london/blasts_mobilevideos.shtml
- <http://blogs.yandex.ru>
- <http://cs.usu.edu.ru/study/moore/>
- <http://discourse-pm.ur.ru/avtor/chemakin.php>
- <http://echo.msk.ru>
- http://english.ohmynews.com/english/eng_section.asp?article_class=8
- http://en.wikinews.org/wiki/Explosions,_'_serious_incidents'_occurring_across_London
- <http://flickr.com>
- <http://fontanka.ru>
- <http://foto.potrebitel.ru/data/4/91/062.shtml>
- <http://gluek.info/blogger-dictionary/#moblogging>

<http://life.ru>
<http://livejournal.com>
<http://magazines.russ.ru/km/2006/3/gi5-pr.html>
<http://mk.ru>
<http://mobilography.com/about.html>
<http://moblog.kiev.ua>
<http://mopoto.com>
<http://mreporter.ru>
<http://polit.ru/research/2008/04/02/web3.html>
<http://rb.ru>
http://rb.ru/files/yandex_on_blogsphere_spring_2008.pdf
http://spectator.ru/internet/content/blog_is
<http://tupikin.livejournal.com/317464.html>
<http://www.advertology.ru/article59403.htm>
<http://www.bg.ru/article/6016/>
<http://www.computerra.ru/offline/2004/563/36334/>
http://www.consultant.ru/popular/smi/42_1.html#p22
<http://www.gipp.ru/print.php?id=12829>
http://www.habrahabr.ru/blog/community_life/10919.html#habracut
<http://www.hro.org/docs/ilex/coe/conv.php>
<http://www.humanities.edu.ru/db/msg/60102>
http://www.imcl.ru/usa/080401_press.php
<http://www.medialaw.ru/publications/books/etika/17.html>
http://www.mediascope.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=330&Itemid=9
<http://www.membrana.ru/articles/internet/2003/05/20/192400.html>
<http://www.mobilab.ru/articles/43/>
<http://www.mopoto.com/article01122006/>
http://www.pcweek.ru/themes/detail.php?ID=13863&THEME_ID=13885

http://www.portalus.ru/modules/different/print.php?subaction=showfull&id=1096536016&archive=&start_from=&ucat=3&

<http://www.profile.ru/items/?item=1313>

<http://www.rian.ru/opinions/20071207/91425782.html>

<http://www.rian.ru/spravka/20080312/101149257.html>

http://www.rmob.ru/articles/?article_id=840

http://www.rocid.ru/files/rif2008/program/presentation/3apr.bil-2_dolgin.zip

<http://www.smartphon.ru/330?vo=2>

<http://www.teterin.ru/wienmob/>

http://www.up.com.ua/info/dict/mobile_phone/page_000070.html

<http://www.web2con.com/>

<http://www.webplanet.ru/interview/business/2006/08/28/lenta.html>

<http://www.webplanet.ru/news/focus/2003/8/3/ohmynews.html>