

На правах рукописи

КАЛМЫКОВ АЛЕКСАНДР АЛЬБЕРТОВИЧ

**ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛИСТИКА В СИСТЕМЕ СМИ:
СТАНОВЛЕНИЕ, РАЗВИТИЕ, ПРОФЕССИОНАЛИЗАЦИЯ**

Специальность 10.01.10 - журналистика

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
доктора филологических наук

Москва – 2009

Работа выполнена на кафедре печатных СМИ ФГОУ «Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания»

Научный консультант: доктор филологических наук, профессор Коханова Людмила Александровна
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова

Официальные оппоненты: доктор филологических наук, профессор Березин Валерий Матвеевич
Российский государственный университет дружбы народов

доктор философских наук, профессор Горохов Виталий Георгиевич
Институт философии РАН

доктор филологических наук, профессор Самарцев Олег Робертович
Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания

Ведущая организация: Санкт-Петербургский государственный университет

Защита диссертации состоится 29 октября 2009 г. в 14.00 часов на заседании диссертационного совета Д 206.002.01 при ФГОУ «Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания» по адресу: 127521, г. Москва, ул. Октябрьская, д. 105, корп. 2, аудитория 1003.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке ФГОУ «Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания» по адресу: 127521, г. Москва, ул. Октябрьская, д. 105, корп. 2, комната 203.

Автореферат разослан «20» августа 2009 г.

Ученый секретарь диссертационного совета,
Доктор искусствоведения, профессор Н.Н. Ефимова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что современная журналистика как форма коммуникативной практики, развивающаяся в русле глобального проекта информационного общества, приобретает ряд качественно новых свойств. В частности, имеет место возникновение в медиапространстве сектора интернет-журналистики, обладающей свойствами гипертекстовости и интерактивности.

Как будто именно об этом писал осенью 1921 года Велемир Хлебников: «Радио будущего – главное дерево сознания – откроет ведение бесконечных задач и объединит человечество. ... В каждом селе будут приборы слуха и железного голоса для одного чувства и железные глаза для другого ... Это даст Радио еще большую власть над сознанием страны ... Верховный совет наук будет рассылать уроки и чтение для всех училищ страны - как высших, так и низших. ... Ежедневные перелеты уроков и учебников по небу в сельские училища страны, объединение ее сознания в единой воле. Так Радио скует непрерывные звенья мировой души и сольет человечество». Так провидел русский поэт начала двадцатого века перспективу развития средств массовой коммуникации, и необходимо признать, что во многом это пророчество сбылось в XXI веке, если отбросить моменты «сковывания» и «слияния».

Для сравнения приведем куда более скромный прогноз западного автора, сделанный в 1967 году: «В 2000 г. газета, которая доставляется лифтом или опускается в почтовый ящик, покажется всем нам совершенно невозможным анахронизмом... Газета грядущего, если ее вообще можно считать таковой, будет электронной газетой. Люди смогут получать печатные новости на стенном телеэкране, личные «дальнописцы» через специальные устройства создадут возможность комбинировать и варьировать в выборе программы. Абонент набирает номер, и на экране появляется «страница 1» газеты...». В. Хлебников оказался дальновиднее в своих предсказаниях, поскольку к 2000 году в СМИ как части системы массовых коммуникаций (СМК) уже произошли и наметились новые изменения, которые с полным правом можно назвать тектоническими, требующими разработки новых подходов и методов исследования феноменов массовой информации и коммуникации.

Следствием этих процессов являются:

- структурные изменения в системе отечественных СМИ как части системы массовых коммуникаций (СМК) за счет становления и развития нового вида СМИ – интернет-журналистики;
- усиление взаимовлияния компонентов системы СМИ, в частности влияния интернет-журналистики на телевидение, радио и прессу;
- появление новых стандартов стилистики публикаций;

- • изменения параметров профессионализации журналистов.

Данные процессы происходят на фоне формирования новой информационной парадигмы, характеризующейся усилением коммуникативного аспекта журналистской деятельности. Это приводит к расширению медийного пространства за счет использования нежурналистских носителей информации и технологий: средств PR, рекламы, маркетинга; политических технологий и т.п.

Особенности новой информационной парадигмы предполагают возможность распространения свойств, присущих интернет-журналистике, на журналистику в целом. Системность СМИ подразумевает, что свойства компонентов системы детерминируются свойствами системы. И наоборот, вхождение в систему нового компонента со своими специфическими свойствами приводит к изменению свойств системы. Следовательно, телевидение, радио и пресса начинают постепенно приобретать свойства, присущие интернет-журналистике. Главными из них являются интерактивность и гипертекстовость. То есть интерактивность и гипертекстовость постепенно становятся качествами системы средств массовой информации и всех ее элементов.

Императив интерактивности продиктован не только тем, что современные информационно-коммуникативные технологии (интернет, в частности) ориентированы на диалоговость, но и тем, что поле журналистики все в большей степени становится областью согласований в отношении смыслового взаимодействия со своими аудиториями. Иными словами, в журналистских проектах увеличивается значение использования обратной связи как положительной, так и отрицательной, которая осуществляется, в том числе, и единомоментно (симультанно).

Императив гипертекстовости является следствием качественного усложнения современного информационно-коммуникативного пространства.

Гипертекстовость эпистемы современности легко увидеть на примере интернет, который здесь нужно рассматривать скорее как зримый образ, модель знаниевой составляющей современного общества. Поскольку журналистские сообщения можно рассматривать в качестве фрагментов (фреймов) современности, то они обязаны быть структурно подобны ей, то есть обладать уже упомянутым свойством гипертекстовости.

Можно констатировать, что изменения в современной журналистике носят масштабный системный характер, однако этот факт остается недостаточно исследованным. Также малоисследованным остается феномен нового СМИ – интернет-журналистики, на примере которого ярко проявляются свойства гипертекстовости и интерактивности медиа-пространства современности.

Проблема исследования: Имеет место противоречие между быстрым развитием интернет-области медиапространства как части системы массовых коммуникаций и интернет-журналистики как компонента системы СМИ, с одной стороны, и недостаточной проработанностью в отечественной науке теоретико-методологического базиса – с другой, что затрудняет осуществление анализа и прогноза развития медиапространства и его сектора – интернет-журналистики.

Степень научной разработанности проблемы исследования. Процесс осмысления научным сообществом явлений, получивших распространение в интернете, восходит к 90-годам прошлого века. Причем изучение интернета неразрывно связано с изучением информационного общества и его феноменов, в том числе проблемы медиатизации современного общества, медиаэволюции, конвергенции медиа и др. Теоретическое обоснование трансформаций, происходящих в современном обществе, отражено в трудах М. Кастеллса, М. Маклюэна, Э. Тоффлера и др.

Поскольку средства массовой информации представляют собой систему, то для выяснения связей и закономерностей развития объектов внутри нее необходима их классификация и типологизация. Системный подход к журналистике впервые в отечественной науке был применен В.С.

Хелемендиком. Впоследствии этот подход активно разрабатывался многими отечественными учеными: Е. А. Корниловым, Л. Л. Реснянской, М. В. Шкондиным и др.

Системный подход позволяет увидеть целостный характер связей и отношений компонентов системы СМИ в едином информационно-коммуникативном пространстве, которое в настоящем исследовании именуется также медиапространством. В связи с этим отметим коллективную работу «Система средств массовой информации России», где интернет рассматривается как компонент системы СМИ.

В работе «От книги до Интернета. Журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия» становление российских компьютерных сетей стало предметом фактографических исследований. Связь компьютерных сетей и представление сети как коммуникативного пространства СМИ в России были впервые обозначены в работах А.И. Аكوпова, хотя вопросы функционирования электронных изданий поднимались и ранее.

Стоит упомянуть также диссертацию М.М. Колесниковой, в которой приводится подробная историко-типологическая структура сетевых периодических изданий российского интернета. Изучение сети с гуманитарных позиций предполагает, по крайней мере, три подхода: рассмотрение интернета как специфической социальной организованности (сообщества); акцентирование внимания на языковых аспектах интернета, в частности – референции реальности в языке телекоммуникационного общения. Наиболее близким к теме настоящего исследования является

третий подход, рассматривающий интернет в качестве медиа, а информационно-коммуникативное пространство как медиированную реальность.

Особо следует отметить проблематику гипертекста, историография которой восходит к середине XX века. Позже проблематика гипертекста и нелинейного текста существенно расширилась за счет включения новых аспектов этого феномена и определения подходов к описанию гипертекста и методов его разработки. Сегодня исследовательское поле гипертекста представлено такими направлениями: изучение информационно-структурных характеристик текста, в частности особенностей составного, идеовербального, поликодового, креолизованного текста, анализ семиотических механизмов культуры и знаковых основ информационных ресурсов, изучение коммуникативных характеристик гипертекста и языка интернет-коммуникации.

Из последних работ (2009 г.) кроме указанных выше следует упомянуть диссертации Е.Н. Коротковой и О.В. Лутовиновой.

Таким образом, можно констатировать наличие достаточного научного задела, позволяющего подойти к исследованию интернет-журналистики, включающего историографический, аналитический, типологический и проектный компоненты. Однако наличие значительного количества работ, посвященных изучению интернета в историографическом, социологическом, психологическом, философском, экономическом и других аспектах а также большого массива трудов, посвященных журналистике, ставит в качестве одной из задач формулировку выводов и обобщений, отражающих именно филологический характер данной научной работы. Это обусловлено и тем фактом, что исследований непосредственно по проблемам интернет-журналистики как компонента системы СМИ в Российской Федерации практически не проводилось.

Высказанные соображения предопределили выбор объекта и предмета настоящего исследования, охватывающего период становления, развития и профессионализации интернет-журналистики России в хронологических рамках с начала 90-х годов прошлого века по настоящее время.

Объектом исследования является система средств массовой информации на этапе вхождения в нее интернет-журналистики. Особенности этого этапа – в социальных изменениях, обуславливающих и сопровождающих развитие информационных и телекоммуникационных технологий.

Предмет исследования – процесс развития и профессионализации интернет-журналистики как компонента системы СМИ, сопровождающийся актуализацией качеств гипертекстовости и интерактивности этой системы. Целью диссертации является разработка теоретико-методологических основ исследования феномена интернет-журналистики, определение ее места и

роли в функционировании современной системы СМИ и выявление форм ее профессионализации.

Задачи исследования:

- Определить значение, роль и место журналистики в процессе формирования информационного общества.
- Проанализировать теоретические подходы к исследованию системы СМИ с учетом включения в нее компонента интернет-журналистики, выделить базовые концепции, разработать адекватный предмету и объекту исследования теоретико-методологический инструментарий, основанный на интеграции современных концепций теории СМИ, теории коммуникаций, виртуалистики и экопсихологии.
- Выделить особенности формируемой СМИ картины мира и свойства представления журналистских материалов в гипертекстовой интерактивной форме.
- Исследовать особенности восприятия, понимания и производства интерактивного гипертекста современной информационно-коммуникативной продукции.
- Выделить общие и особенные свойства интернет-журналистики, описать ее современное состояние, позицию в медиaprостранстве России во взаимодействии с другими компонентами системы СМИ, определить характеристики интернет-аудиторий.
- Определить этапы становления интернет-журналистики, разработать типологию вебизданий, их редакторские и управленческие функции.
- Определить особенности жанров, языка и стиля вебпубликаций.
- Используя методы профессиографического анализа, выявить параметры профессионализации в сфере интернет-журналистики, а также формы и технологии профессионального образования и повышения квалификации в этой области.

Теоретико-методологические основы диссертационного исследования.

Специфика предмета исследования предопределила необходимость применения теоретико-методологического подхода на различных уровнях – дисциплинарном и междисциплинарном, общенаучном и конкретно-научном. В основе этой работы по теории систем и системному анализу В.Г. Афанасьева, Л. Берталанфи, И.В. Блауберга, В.П. Кузьмина, Б.Н. Леонтьева, Б.Н. Ломова, К.К. Платонова, В.Н. Садовского, У.Р. Эшби, Ю.А. Урманцева, Э.Г. Юдина и др.

Системный и типологический подход в применении к отечественной журналистике стал возможен благодаря трудам А.И. Аكوпова, А.Н.

Алексеева, В.В. Бакшина, А.Г. Бочарова, Е.Л. Вартановой, А.А. Грабельникова, Б.И. Есина, Э.А. Лазаревич, Р.П. Овсепяна, Л.Л.Реснянской, В.В. Тулупова, И.Д. Фомичевой, В.С. Хелемендика, М.В. Шкондина, М.И. Шостак.

Следует также отметить отечественные работы по философии техники и информационного общества В.Г. Горохова, И.Н. Курносова, А.Н. Лаврухина, И.С. Мелюхина, А.И. Ракитова, Г.Л. Смоляна, А.Д. Урсула, П.К. Энгельмейера, М.А. Розова и др.

Для описания генезиса интернет-журналистики автор обратился к источникам по истории и теории журналистики. Среди этих трудов отметим работы В.М. Березина, В.В. Ворошилова, И.М. Дзялошинского, Л.М. Земляновой, М.Н. Кима, С.Г. Корконосенко, Е.А. Корнилова, Г.В. Лазутиной, Р.П. Овсепяна, Е.И. Пронина, Е.П. Прохорова, А.А. Тертычного. Важное значение для решения задач, поставленных в данном исследовании имели труды, посвященные теории телевидения и радиовещания Э.Г. Багирова, Р.Б. Борецкого, В.В. Егорова, Г.В. Кузнецова, Ю.А. Летунова, С.А. Муратова, О.Р. Самарцева, И. Триккеля, В.Л. Цвика, А.Я. Юровского и др. Базовыми для анализа текста явились исследования Ю.А. Бельчикова, В.Г. Костомарова, А.Д. Кривоносова, А.М. Шестериной и др.

В основу исследования психологических аспектов темы диссертации положены работы Т.Ю. Базарова, Ф.Е. Василюка, Е.Л. Войскунского, Н.А. Носова, Е.А. Климова, П.В. Малиновского и др. Профессиографический анализ деятельности современного журналиста потребовал привлечения работ Н.Ю. Рыжовой, Б.Э. Смирновой; Н.Ф. Талызиной и др.

Отдельной задачей диссертации являлось описание адекватных современным тенденциям развития журналистики методов образования. В связи с этим следует упомянуть труды Л.Г. Свитич «Феномен журнализма» и «Профессия: журналист», сборник статей «Журналист. Социологические и социо-психологические исследования» под редакцией Л.Г. Свитич, А.А. Ширяевой и монографическое исследование этих же авторов «Профессиональное развитие будущего журналиста». В силу специфики интернет-журналистики наиболее перспективными формами подготовки соответствующих специалистов являются технологии образования, совмещающие очные и дистанционные формы обучения. По этой причине автор обратился к трудам отечественных исследователей непрерывного и дистанционного образования: А.А. Андреева, В.Г. Кинелева, Л.А. Кохановой, И.В. Роберт, О.Р. Самарцева, А.В. Хуторского и др.

Эмпирическую базу исследования составил массив журналистских материалов, размещенных в интернете как на ресурсах, позиционирующих себя в качестве интернет-СМИ, так и на других ресурсах, предлагающих контент журналистского характера. Исследовательские методы. При изучении сетевых публикаций применились системно-типологический анализ и дискурсивный анализ. Изучение функционирования вебиздательств осуществлялось с помощью структурно-функционального анализа, а социальные сети исследовались посредством включенного наблюдения. В работе также использовался анализ документов, профессиографические методы, анализ статистических данных.

Теоретическая значимость работы определяется тем, что в ней концептуализированы подходы к исследованию интернет-журналистики, определены ее характерологические свойства, а именно гипертекстовость и интерактивность. Как следствие действия закона взаимодействия и взаимовлияния компонентов системы СМИ, они становятся общими свойствами современной информационно-коммуникативной продукции. В этом на новом этапе проявляется коммуникативная природа средств массовой информации.

Определены относящиеся к интернет-журналистике понятия, которые могут стать базой научно-исследовательского тезауруса.

Теория жанров журналистики дополнена обоснованием появления жанра интерактивных гипертекстовых публикаций, а также типифицирующими факторами журналистских публикаций в интернете.

Выявлены особенные свойства интернет-журналистики, что является основанием научного направления ее исследования.

Практическая значимость работы заключается:

во-первых, в том, что на основании разработанных в диссертации подходов к изучению гипертекстовой интерактивной журналистики можно не только осуществлять специальные исследовательские проекты, но и повышать эффективность информационно-коммуникативной деятельности печатных изданий, телевидения и радио;

во-вторых, в том, что в диссертации разработаны конкретные предложения по модернизации программ профессиональной подготовки журналистов, применение которых позволит повысить качество обучения специалистов и программ медиаобразования для различных аудиторий.

Научная новизна диссертации

- Доказано, что интернет-журналистика является отдельным компонентом системы СМИ, а система СМИ отдельным компонентом системы массовых коммуникаций, в которую в качестве компонента входит интернет. Это означает, что свойства СМИ детерминируются свойствами СМИ и трансформируются при внутрисистемном взаимодействии журналистики, интернет-журналистики, интернета, коммуникативных практик образования, PR, рекламы, политики и т.п.
- Показано, что инструментарий исследования интернет-журналистики может быть расширительно применен в качестве интегратора научного знания в соответствии с постнеклассической общенаучной парадигмой. Выявлен факт доминирования коммуникативного аспекта журналистской деятельности в интернете над информационным. Это особенное свойство интернет-журналистики имеет тенденцию стать общим свойством журналистики.
- Разработано новое определение гипертекста, под которым понимается целостный текст, содержащий смыслы, раскрывающиеся при прочтении через произвольную актуализацию связей с другими текстами, и с текстом социокультурной реальности. Описаны базовые медиасвойства и основания классификации гипертекстов.

- Сформулировано определение интернет-журналистики, которая представляет собой деятельность в гипертекстовом интерактивном пространстве по подготовке журналистского контента, размещению его в сети и осуществлению диалога с аудиториями.
- Определено понятие сетевого издания, под которым понимается сайт или портал, предназначенный для решения задач, которые свойственны печатным и электронным несетевым средствам массовой информации, так и качественно новых задач. Их решение возможно с помощью технологий WEB2.0 и последующих версий. Построена схема классификации сетевых СМИ. Уточнены также понятия интернет-СМИ и вебверсии СМИ.
- Разработана схема периодизации развития интернет-журналистики в России: любительская журналистская деятельность в конференциях USENET – (1990-1996); становление профессиональной интернет-журналистики WEB1.0 – (1996-2003); профессиональная и любительская журналистика-два – технологии WEB2.0 – (2003-по настоящее время).
- Обосновано, что социальные сети можно рассматривать как СМИ нового типа, отличающиеся от традиционных тем, что в них основным продуктом и соответственно основной задачей становится создание коммуникативных структур, то есть групп пользователей, объединенных тем или иным общим признаком.
- Описан новый компонент редакционной системы – вебредакционная система. Наличие вебредакционной системы дополняет редактирование следующими функциями – создавать, поддерживать и обновлять гипертекстовые информационные ресурсы, обеспечивая их связь с другими ресурсами и потребителями, модернизировать их, ориентируясь на актуальный современный уровень развития телекоммуникационных технологий.
- Определен жанр гипертекстовых интерактивных публикаций и описаны его типифицирующие факторы, среди которых выделяются характеристики юзабилити. Предложена типология юзабилити, основанная на различиях характеристик: пользователей; контекста; поисковой активности; тематик; контента.
- Разработана модель профессиональной деятельности интернет-журналиста, на основании которой сформулированы подходы к модернизации профессиональной подготовки по журналистике и по медиаобразованию.

Апробация работы

Вопросы, затрагиваемые в исследовании, неоднократно докладывались на различных конференциях, в том числе и международных.

Основные идеи, разрабатываемые в диссертации, нашли отражение в учебно-методической литературе, подготовленной с участием автора. Достаточно упомянуть учебники, написанные в соавторстве с Л.А. Кохановой:

«Интернет-журналистика» (2005 г.) и «Основы теории журналистики» (2008 г.), вышедшие тиражом более 30 тысяч экземпляров. Эти книги вошли в списки основных источников литературы по курсам «журналистика», «основы теории журналистики» и т.п. на многих факультетах журналистики отечественных вузов.

Совместно с коллегами, и при участии факультета журналистики МГУ был организован профильный класс по направлению «журналистика» в школе №

179 г. Москвы. На базе МУК Гагаринского района г. Москвы открыта городская экспериментальная площадка по программе дополнительного образования школьников «Интернет-журналистика». Учебная программа, разработанная автором для этого педагогического эксперимента, утверждена департаментом образования г. Москвы. В рамках этого эксперимента создан информационный ресурс «Космос России».

Автор участвует в проекте «Эпистемотека», реализуемом отделом философии образования и эпистемологии НИИ инновационных стратегий развития общего образования, цель которого – разработка системы эпистемологического анализа образовательной информации.

Методы дистанционного обучения, которые в данной работе рассматриваются как наиболее эффективный способ профессиональной подготовки в области интернет-журналистики, изложены в соавторстве с Орчаковым О.А. и Поповым В.В. в учебном пособии: «Дистанционное обучение. Введение в педагогическую технологию». Это пособие в соответствии с грифом Минобразования, используется на факультетах повышения квалификации преподавателей.

Автором диссертации разработан и администрируется ряд интернет-ресурсов. Ведется сетевой журнал (блог) «Оптимальные коммуникации» ; поддерживается дистанционная образовательная площадка «Эпистемотека & дистантное образование» и др.

На защиту выносятся следующие положения

- Интернет-журналистика в процессе своего развития в качестве компонента системы СМИ усваивает ряд свойств других компонентов системы: печати, радио, телевидения, которые в свою очередь трансформируются под влиянием развития интернет-журналистики.
- Продуктивными для анализа феномена интернет-журналистики являются ряд концепций, выработанных в современной теории коммуникаций, интегрирующей результаты различных направлений и школ, исследовавших феномен социальной коммуникации. Такие понятия, как коммуникативное действие, аутопойезис, перфомативное высказывание, ризома и т.п. органично включаются в тезаурус теории журналистики. При этом среди новейших направлений науки, результаты которых применимы к исследованию интернет-журналистики, отдельно выделяются виртуалистика и экологическая психология.
- Доминирование коммуникативного аспекта в интернет-журналистике требует выработки теоретико-методологического инструментария, формируемого в междисциплинарной области знания, включающей ряд гуманитарных и естественных наук, в том числе филологию, психологию, информатику, глобалистику. Вместе с тем, ни в одной из них, в том числе и собственно в теории журналистики на данный момент не сформировалось еще доминирующей парадигмы, которая была бы адекватна быстро меняющейся медиареальности. Современный этап развития СМИ не предлагает также оснований для появления метатеории медиа даже в ближайшем будущем. В связи с этим продуктивным, на

наш взгляд, является полипарадигмальный подход, использующий сразу несколько исследовательских парадигм, который способствует постепенной интеграции их в общую теорию.

- Появление интернета привело к трансформациям редакционной системы СМИ: включением вебредакционных структур (подразделений); допуску к производству массовой информации любителей; рассмотрением массовой информации как двухкомпонентного информационного и коммуникативного образования. Последний момент, а также зависимость форм вебпубликаций от особенностей развивающихся интернет-технологий позволяет говорить о пополнении жанровой палитры журналистики жанром вебпубликаций (или интерактивных гипертекстовых публикаций).
- Констатация факта институализации и профессионализации интернет-журналистики, а также наблюдаемое расширение участия интернет-журналистики в медиaprостранстве выдвигает новые требования как к системе подготовки специалистов, так и к системе образования в целом. Для профессионального журналистского образования требуется включение нового содержания, заимствованного из других областей знания, в частности из информатики. Одновременно перед образованием встает задача формирования медиакультуры и информационной культуры личности. Причем обучение собственно интернет-журналистике эффективно осуществлять, используя методы дистанционного интернет-обучения. В этом случае среда обучения и профессиональная сфера будущей деятельности будут адекватны друг другу.

Структура диссертации продиктована ее задачами. Диссертация состоит из введения, четырех глав, заключения и библиографического списка, включающего 425 наименований, а также 11 приложений. Объем диссертации 17, 52 п.л. (370 с.).

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении обоснована актуальность темы исследования, определены основные методологические подходы, дана общая характеристика используемых источников, очерчена структура исследования.

Первая глава – «Современные теоретические подходы к исследованию СМИ и СМК. Теоретико-методологический инструментарий».

В первом параграфе «Журналистика в информационном обществе» обосновывается подход, согласно которому в качестве среды для формирования современной журналистики следует рассматривать информационное общество. Анализ теоретических концепций информационного общества позволил автору ввести новую дефиницию этого понятия, подчеркивающую значение системы массовых коммуникаций (СМК).

Автором выделены следующие свойства СМК: производство собственных событий; структуризация реальности в слове; приравнивание достоверности сообщения к качеству его представления (референция структуры); спонтанное повышение уровня организованности и сложности; субъект-

субъектный характер отношений; формирование гипертекстовой картины мира; порождение множественности виртуальных реальностей (полионтологичность); ризомоморфность.

Анализ свойств СМК определил разработанную автором схему периодизации исторического процесса на основании изменения способа информации: 1) речевая цивилизация; 2) письменная (книжная) цивилизация; 3) электронная цивилизация; 4) сетевая цивилизация. На последнем этапе – сетевая цивилизация – и возникает информационное, точнее информациональное (по М. Кастеллсу) общество.

Связь свойств информационного общества и журналистики проявляется в следующих моментах: глобализация информации; положительная обратная связь между открытостью информации и ее эффективностью; совершенствование технологий сбора, обработки, хранения и передачи информации; повышение значимости журналистики; рождение новых профессий, в том числе и в сфере интернет-журналистики. Особенности информационного общества детерминируют свойства современной журналистики и ставят перед ней новые задачи: участие в разработке и использовании интеллектуальных технологий представления (презентации) фактов; роботизация новостных потоков и первичной аналитической обработки; развитие интерактивных способов коммуникации, навигация в информационном пространстве и др.

Второй параграф «СМИ как предмет научного исследования» посвящен рассмотрению современных научных концепций массмедиа. В настоящей работе интернет-журналистика рассматривается как органическая часть журналистики, а журналистика (СМИ) – как органическая часть системы массовых коммуникаций (СМК). Это позволяет исследовать взаимодействие интернета и традиционных СМИ как отдельных компонентов СМК, при котором и возникает феномен интернет-журналистики. Одновременно открывается возможность рассматривать интернет-журналистику как компонент уже системы СМИ.

Система СМИ является элементом, подсистемой или объектом-системой более общих социальных систем, что позволяет изучать ее взаимодействие с другими структурно-подобными организованностями, в частности, с другими социальными институтами, и отдельно – внутрисистемное взаимодействие ее основных компонентов: интернет-журналистики, телевидения, радио и печати.

Итогом этого взаимодействия в значительной степени из-за развития интернет-журналистики становится усиление коммуникативного аспекта информационно-коммуникативной деятельности.

Однако демаркировать интернет-журналистику от журналистики и от всего того, что происходит в интернете, оказывается не такой простой задачей. Одни авторы относят к интернет-журналистике вообще все, что публикуется в интернете, другие, напротив, полагают, что нет никакой особой интернет-журналистики, а есть журналистика, использующая интернет. Сложность демаркации является следствием того, что для интернет-журналистики оказываются неприменимы многие положения, выработанные в науке, ориентированной на несетевую журналистику.

В связи с этим автором выделены две теоретические позиции относительно роли и сущности интернета: антропоморфизм и медиаморфизм. Антропоморфизм восходит к идеям органопроекции, согласно которым орудия и вещи, создаваемые человеком с помощью орудий, есть проекция его органов (Э. Капп, М. Маклюэн, П. Флоренский). Медиаморфизм, напротив, предполагает, что в глобальных сетях возникают принципиально отличные от человеческих организованности (Ж. Бадриар, М. Кастельс, И. Пригожин, Э. Тоффлер). Напряжение между этими двумя позициями, по мнению автора, будет определять стратегию развития информационно-коммуникативных средств и их теоретико-методологический анализ в будущем.

Третий параграф «Концепции экопсихологии и психологии виртуальных реальностей в исследовании журналистики». Фактор виртуальности является сущностным свойством системы массовых коммуникаций (СМК). Интернет-журналистика позиционируется в виртуальном пространстве и определяется в большей степени именно коммуникативными, а не информационными параметрами. Доминанта коммуникативности вновь актуализирует вопрос о взаимоотношении человека и реальности, в значительной степени презентуемой сегодня в качестве медиапродукта. Это взаимоотношение является основным предметом исследования в экопсихологии, в которой вводится понятие эйкоса – части мира, осознаваемой в настоящий момент времени как обитаемой и освоенной. Современные медиа в значительной степени определяют форму и состав индивидуальных эйкосов. Следовательно, одной из главных функций информационно-коммуникативных средств и одной из главных причин формирования социального института СМИ является удовлетворение потребности в актуализации, в чувстве событийствования, то есть совместного бытия с окружающим миром. СМИ обеспечивают причастность действительности. Так можно сформулировать медиодицею – экологопсихологическое оправдание существования средств массовой информации.

В данном параграфе также осмысливается допущение конструируемости реальности, то есть ее виртуальной природы, которое заставляет обратиться к философии и психологии виртуальной реальности (виртуалистике). Согласно идеям виртуалистики (Н. Носов) виртуальная реальность – мир активных

коммуникаций, со-бытийность – и включает в себя представление о самом себе в мире, как о субъекте.

Виртуалистический подход позволил поставить ряд новых вопросов: об отношении коммуникации/виртуала к информации и знанию; о проблеме коммуникации смыслов; об оценке виртуальных характеристик коммуникационных сред, порождаемых журналистской деятельностью; о разработке общих способов описания и исследования виртуальных/коммуникативных реальностей; об оценке влияния на индивидуальную психику виртуальных/коммуникативных технологий; о проблеме психологических загрязнений и психологической безопасности; об оценке влияния виртуальной и информационной деятельности человека на окружающий мир. Взгляд на журналистику с позиции виртуалистики, предпринятый в рамках настоящего исследования, дает основание считать, что всякая профессиональная деятельность в этой сфере есть порождение виртуальных реальностей (эйкосов) и управление ими.

В качестве частного случая виртуальной реальности автором диссертации вводится понятие коммуникативной реальности и определяются детерминанты эффективности коммуникации, зависящие от: виртуализации события коммуникации; психоэтических качеств коммуникатора; определенности (конкретизации) процесса коммуникации; системного подбора коммуникации личностному коммуникативному пространству и др.

В работе также определены типы повреждений информационного образа мира: внедрение упрощенно-рационалистических абстрактных моделей бытия; потеря чувствительности к высшим проявлениям бытия; обесценивание знания вследствие его общедоступности; перегрузка каналов массовой коммуникации готовыми к употреблению образами и т.п. Осознание того, что журналистская деятельность может привести к деструкции социальной реальности для социумов и индивидуумов, является основой формирования этических принципов профессионального журналистского сообщества.

Проведенное в данной работе исследование свидетельствует о появлении у цивилизации новых системных качеств, действующей моделью которых является глобальное коммуникативное пространство. Очевидно, что эти свойства можно приписать и современной журналистике.

Четвертый параграф «Концепции теории коммуникаций в журналистике» посвящен выделению базовых идей и концепций теории коммуникаций и оценке их применимости к исследованию интернет-журналистики в системе СМИ.

В современных теориях коммуникации сообщение рассматривается как культурно-семиотический конструкт, что позволяет изучать многоуровневый процесс производства и трансляции смыслов. В параграфе рассматриваются

результаты, полученные К. Куле в работе «СМИ в древней Греции», основные положения теорий П. Бурдьё, Н. Лумана, Г. Лассуэла, П. Лазарсфельда, М. Маклюэна, Р. Мертона, Дж. Остина, Ю. Хабермаса и др.

В данном параграфе анализируются понятия, введенные в научный оборот упомянутыми авторами, и доказываются целесообразность и применимость использования некоторых концепций и терминов к исследованию интернет-журналистики. В частности, выделены: концепции «аутопойезиса», жизненного и системного миров, понятия «символической власти» и «символической окружающей среды», концепция «поля журналистики», понятие «габитуса», «горячих» и «холодных» медиа и т.д., конструкт «контент-дизайн» в применении к медиа, концепция процессуальности коммуникации и смысла, понятие «гиперреальности».

В целом в первой главе отражен тот факт, что феномен интернет-журналистики заставляет создавать новые объяснительные схемы и новые типологические матрицы. При этом журналистика как сфера деятельности, формирующая в повседневности актуальный образ потока текущих событий, обеспечивает актуализацию со-бытийности и производит текст, выступающий средством коммуницирования аудиторий с полионтичной картиной мира. Интернет, являясь открытой структурой, расширяемой каждым новым пользователем, определяет структуру интернет-журналистики, которая приобретает ризоматические свойства.

Вторая глава «Интерактивный гипертекст современного медиапространства» посвящена отличительным свойствам интернет-журналистики, а именно гипертекстовости и интерактивности.

В первом параграфе «Особенности современной медиакартины мира» журналистика рассматривается как индустрия текстов повседневности и совокупность означающих практик. Журналистика производит текст, который в целом выступает в качестве средства коммуницирования аудиторий с полионтичной картиной мира. Этот текст уже есть гипертекст. При участии СМИ современная картина мира все в большей степени презентуется в своей коммуникативной (гипертекстовой и интерактивной) форме, конструируется и интерпретируется.

При таком подходе способ представленности нашему сознанию потока повседневных событий и фактов отождествляется со способом сообщения истины, что совпадает по смыслу с известным тезисом М. Маклюэна «средство есть сообщение». Иными словами, наблюдаемый сегодня плюрализм и фрагментарность массмедиа – свойство не массмедиа, а изменившегося бытия.

Множественность моделей бытия (полионтологичность) также есть свойство не нынешнего этапа познания, а самой состоявшейся реальности, многослойной и множественной.

В результате исследования правомерно утверждать, что гипертекст – сильная метафора современности, поскольку современность в своем визуально-событийном представлении, например, в ландшафте мегаполиса, также гипертекст. Соответственно, можно предположить, что и текстуальное пространство повседневности (СМИ), порожаемое цивилизацией, также должно быть подобно гипертексту.

Второй параграф – «Гипертекст– сущность, свойства, определение» рассматривает понятие «гипертекст», которое связано с технологией хранения и структурирования информации и со способом налаживания коммуникативных связей в социокультурном пространстве.

Во втором значении понятие гипертекст основательно проработано в философии постмодернизма и поэтому часто трактуется как феномен постмодерна. Однако было бы неправильно считать гипертекстовость порождением постмодернизма. Гипертекст, как и ряд других теоретических концептов постмодернизма, является феноменом современного этапа цивилизационного развития в той же степени, что и сама философия постмодернизма. Обращение к ней в настоящей работе обусловлено только тем, что постмодернизму удалось представить наиболее удобные для рассматриваемой проблемы объяснительные схемы.

В этом понимании к числу методологических результатов данной работы можно отнести специализацию понятия «эпистема» (М. Фуко), то есть выделение эпистемы масс-медиа из эпистемы исторической эпохи. Эпистема масс-медиа – это система обращенных к массовым аудиториям слов, состоящих в сложных отношениях-коммуникациях между собой и интерпретируемых в контексте изменяющейся «повестки дня».

Другим методологическим результатом является констатация продуктивности анализа ризомоморфности интернет-СМИ, поскольку они реализуются с помощью сети, морфология которой конгруэнтна ризоме.

История гипертекста в инженерно-техническом аспекте восходит к Ванневару Бушу (1945 г.), который предложил проект электронно-механического устройства, названного «Мемех» (от английского MEMORY Extension). Среди других аналогичных проектов следует также упомянуть проекты Дагласа Энгельбарта «H-LAM/T» (Human using Language, Artifacts and Methodology, in which he is Trained), и Теда Нельсона «Ксанаду». При этом автор проекта «Ксанаду» одновременно считается автором самого термина «гипертекст».

Анализ свойств гипертекстовых машин позволяет утверждать, что гипертекст – это не только некое специальное представление текста и способ его чтения, но и способ генерации. Гипертекст интерактивен в смысле как его потребления, так и порождения. Отсюда же следует возможность формулировки новых сетевых принципов совместной деятельности, которые

получили широкое распространение в интерактивных сервисах интернета. Следовательно, коль скоро мы говорим о гипертекстовой журналистике, то должны также говорить о современных условиях участия в журналистской деятельности. Главное из этих условий – понимание сущности гипертекста и умения с ним и в нем работать. Гипертекст, в принципе, не может рассматриваться как линейный или плоский, поскольку рассредоточен в пространстве и позволяет свести множество значений воедино во времени. Гипертекстуальность современной культуры трансформирует поле журналистики, которое погружает аудитории в сложный полицентричный дискурс.

Рассмотрение дефиниций «гипертекст», предпринятый в рамках настоящего исследования, позволил выявить ряд содержащихся в этом понятии коннотаций: пути, связи, сети, нелинейности, произвольности (свободы интерпретации), ветвления и разработать еще одно определение гипертекста с перечнем его основных свойств. Таким образом, гипертекст – это целостный текст, содержащий смыслы, раскрывающиеся при прочтении через произвольную актуализацию связей с другими текстами и с текстом социокультурной реальности. Он характеризуется: 1) дисперсностью структуры; 2) нелинейностью; 3) разнородностью и мультимедийностью; 4) экстерииоризацией связей; 5) голографичностью; 6) виртуальностью; 7) ризоморфностью.

При этом информационные каналы, с помощью которых формируется гипертекст реальности, составляют конструкцию, также имеющую гипертекстовую структуру. Эту конструкцию и можно назвать системой массовых коммуникаций (СМК).

Таким образом, гипертекстуальность – это преодоление императивности печатного текста гутенберговской галактики, так как он, по сути, является точкой ветвления, и его значение определяется уже не автором и издателем, а читателем-соавтором гипертекста. В целом гипертекст – это то, что в действительности разрушает детерминированность и однозначность бытия и его понимания. Соответствующее ему мышление использует в большей степени ритуальные инициации знанием, характерные для мифологических форм мышления, чем сформированные цивилизацией рациональные способы продуцирования знания.

Третий параграф: «Особенности восприятия, понимания и производства интерактивного гипертекста» сконцентрирован на выявлении специфики понимания и конструирования гипертекста.

Ключ к технологии построения эффективного гипертекстового сообщения, по мнению автора, можно искать, воспользовавшись так называемой компьютерной метафорой, то есть уподоблением процессов восприятия и мышления компьютерной обработке информации. Это позволяет выявить следующие базовые механизмы коммуникации с гипертекстом: навигация

(браузинг и скроллинг), поиск, авторизация, наличие узлов и якорей и т.п. Кроме того, проектируя гипертекст, а именно этими словами можно назвать любую форму журналистской деятельности в интернете, нужно научиться проектировать мышление и восприятие целевых аудиторий издания. Это относительно новая задача для журналистики.

Отдельной проблемой является вопрос понимания гипертекста. Технологии представления знания актуализировали вопросы, например, как протекают познавательные процессы при условии беглого просмотра этой семантической сети; как одновременно осуществляется оперативный отбор нужной информации в большом массиве ненужной информации; как участвуют в процессе понимания отдельные элементы гипертекста, такие как алфавитный текст, мультимедийные вставки, акцентированные текстовые ссылки-указатели, элементы дизайна. Влияние указанных психологических аспектов коммуникации с гипертекстом будет возрастать по мере освоения интернета СМИ и эволюции интернет-технологий.

В целом можно утверждать, что частные свойства гипертекста непосредственно экстраполируются на его медиасвойства. Гипертекст – это, прежде всего, медиапродукт. Он может быть адекватно определен лишь в медиaprостранстве, которое с его появлением также требует переопределения с учетом частных свойств гипертекста.

Наиболее общим свойством гипертекста является то, что он является конструкцией как для того, кто его создает (автора), так и для того, кто вступает с ним в коммуникацию (читателя). Именно поэтому правомерно говорить, что гипертекст не пишется, а конструируется. Таким образом, неотъемлемым свойством гипертекста является интерактивность, что превращает качество интерактивности в императив современных масс-медиа.

Третья глава диссертации – «Становление и развитие интернет-журналистики как компонента системы СМИ».

В первом параграфе «Состояние интернет-аудитории в России» на основании статистических данных показано актуальное состояние аудитории интернет-журналистики и тенденции ее развития.

Эти данные свидетельствуют о том, что развитие интернет-журналистики осуществляется во взаимосвязи и взаимозависимости с другими видами СМИ, но ее место в медиaprостранстве становится более значительным. Мониторинг интернет-СМИ, осуществляемый рядом организаций, показывает расширение интернет-СМИ в медиaprостранстве вообще и в интернете в частности. Кроме того, существует тенденция к сращиванию интернет-технологий с технологиями мобильной связи, что может потеснить такие традиционные информационные носители, как утренние газеты и радио. Выявленные тенденции в России вполне соответствуют тенденциям, характерным для стран с развитой экономикой.

Глобальное медиапространство постепенно перемещается в интернет, хотя общее количество читателей газет и зрителей ТВ не уменьшается. Однако традиционные СМИ сами все более активно используют сеть для расширения своей аудитории. В том числе по этой причине доля постоянных читателей растет именно в сети. «Увеличение количества активных пользователей интернета можно рассматривать как новую возможность для газет и других традиционных медиа, – говорит президент фирмы International Demographics, Inc., занимающейся мониторингом средств массовой информации. В последние два-три года мы видели, как традиционные СМИ, в основном газеты, собрали существенные аудитории на своих веб-сайтах» . Сегодня в рунете, по данным Liveinternet, насчитывается 4392 сайта СМИ, в Rambler Top100 таких ресурсов 2879, по данным RUMетрики – 3,2 тысячи ресурсов.

Как показывают исследования, 88% рунетчиков читают два и более новостных сайта; 84% интересуются новостями со всего мира; в 2008 году было просмотрено 10,8 миллиарда страниц СМИ. Половина самых популярных в рунете интернет-СМИ приходится на офлайновые издания. В рунете аудитория интернет-СМИ растет быстрее аудитории интернета. Посещаемость СМИ рунета за год выросла на 45 процентов, а число просмотров страниц СМИ перевалило за миллиард. Быстрее других росла посещаемость государственных сайтов «Вести.ру» и «РИА Новости»; самый посещаемый новостной ресурс – [«Новости@Mail.ru»](mailto:News@Mail.ru); половина аудитории новостных сайтов – москвичи. Все это означает активную медиатизацию интернета, расширение и стабилизацию сектора интернет-СМИ на информационном рынке России.

Второй параграф – «Становление интернета и интернет-журналистики в России и ее периодизация» знакомит с историей развития интернета в России, которая берет отсчет с осени 1990 г., а журналистики в интернете – условно с 1995 года (WWW с графическим браузером). Существовавший до этого момента уровень развития интернета в России не позволял говорить о масс-медиа. Однако прототипы привычной сегодня информационно-коммуникативной ипостаси интернета начинали складываться с первых форм сетевого взаимодействия. Так, уже к ноябрю 1993 г. начал работать проект Demos Online. В ноябре 1994 г. появилась первая полнотекстовая электронная русская библиотека, первые журналы, распространяемые по электронной почте, и телеконференции (нюусы).

Ближе всего по форме к современным интернет-изданиям был авторский проект Александра Гагина «Паравозов-News» (1996), с которого можно отсчитывать начало этапа авторских проектов, то есть популярных сайтов, создаваемых усилиями одного человека. Он продлился до момента вхождения в интернет профессиональных СМИ, которые ограничивались на первых порах размещением в интернете электронных копий печатных

изданий (клонов). В это же время стали бурно развиваться вебобзоры, которые представляли собой компиляции публикаций из разных источников, в том числе и печатных. 1 марта 1999 г. вышла в свет первая в России ежедневная интернет-газета Gazeta.ru, не имевшая печатного аналога. Ее успех привлек внимание инвесторов, что повлекло за собой развитие рыночного сектора интернет-СМИ (2000-2003). После 2004 года стали говорить уже о социальных сетях и блогах, то есть о сервисах WEB2.0.

Таким образом, к настоящему времени интернет-журналистика прошла несколько стадий своего становления: 1) период авторских проектов; 2) период интернет-СМИ; 3) период коммерциализации интернет-журналистики; 4) период WEB 2.0. Эта схема построена на основании изменения положения интернет-журналистики на медиарынке. Другая схема, основанная на различии технологий, выглядит следующим образом: 1) любительская журналистская деятельность в конференциях USENET – (1990-1996); 2) становление профессиональной интернет-журналистики WEB 1.0 – (1996-2003); 3) профессиональная и любительская журналистика-два – технологии WEB 2.0 – (2003- по настоящее время).

В краткой истории интернет-журналистики, с одной стороны, прослеживается движение от авторских новостных проектов и блогов к профессиональным медиа, а затем вновь к блогосфере и социальным сетям, состоящим в основном из непрофессионалов в журналистике. С другой стороны, очевидно сближение традиционной и интернет-журналистики: легитимизация в глазах профессионалов интернета и освоение профессионального журналистского мастерства любителями.

Третий параграф «Типологии вебизданий» посвящен выделению основных типов вебизданий и определению этого понятия.

Трудности разработки типологии вебизданий связаны с тем, что для этого необходимо отличать интернет-ресурсы с журналистским контентом от всех остальных и вебиздания от традиционных СМИ. Все, что размещено в сети, так или иначе является информацией, предназначенной для чтения различными аудиториями, поэтому границы между журналистским и нежурналистским контентом становятся достаточно размытыми.

Тем не менее, в работе введено понятие сетевого издания, под которым подразумевается любой сайт (или группа сайтов), предназначенный для решения задач, свойственных печатным и электронным несетевым средствам массовой информации, и новых задач, реализация которых возможна только с помощью технологий WEB 2.0 и последующих версий.

По своим функциям и свойствам сайты бывают: визитками, промоакциями (промосайтами), электронными магазинами, информационными сайтами, корпоративными представительствами, порталами, системами управления предприятием, социальными сетями. Все перечисленные типы сайтов – от визитки до систем управления – могут являться вебизданиями с тем

уточнением, что во всех случаях помимо презентационных, маркетинговых и управленческих функций вебиздание должно выполнять информационно-коммуникативные функции.

Социальные сети можно рассматривать как СМИ нового типа, отличающиеся тем, что в них основным продуктом и, соответственно, основной их задачей становится создание коммуникативных структур, то есть групп пользователей, объединенных каким-то общим признаком. Социальная сеть фактически передает информационно-коммуникативную (серверную) функцию пользователю. Пользователь устанавливает коммуникации, следит за их устойчивостью, управляет потоками и т.п., то есть производит коммуникации.

Можно также различать вебиздания по схожести с их традиционными аналогами: 1) интернет-газеты – часто обновляемые издания, специализирующиеся в основном на новостях; 2) интернет-журналы – издания в основном аналитического характера; 3) интернет-радио – web-радиостанции; 4) web-телевидение – развивающееся интерактивное телевидение; 5) специализированные информационные агентства – ресурсы, поставляющие информацию с телетайпных лент; 6) мегамедийные ресурсы – ресурсы, объединяющие в себе несколько позиций.

Как показали исследования, продуктивной является также классификация, построенная на основании различения доминирующих технологий: информационные (вещательные) технологии; интерактивные технологии; коммуникационные («социальные») технологии; фото-, аудио-, видеотехнологии; анимационные flash-технологии.

Существует типология вебмедиа, используемая в процессе мониторинга медиасферы. Она основана на различении в русскоязычной медиасфере трех типов СМИ: профессиональные интернет-СМИ; интернет-версии офлайновых СМИ; социальные СМИ.

Многообразие типов вебизданий и возможностей их выделения свидетельствует о том, что, с одной стороны, интернет-журналистика институирована как самостоятельный компонент системы СМИ наряду с прессой, радио и телевидением, а с другой – актуальна проблема демаркации вебиздания от несетевого издания и от интернет-ресурса нежурналистского характера. В работе доказано, что ключевым отличием вебиздания от несетевого издания является наличие гипертекстуальности и интерактивности, а просто от веб – наличие журналистского контента. Это позволяет определить базовые понятия интернет-журналистики: вебиздание – гипертекстовый интерактивный ресурс, являющийся частью глобального информационно-коммуникативного пространства с размещаемыми на нем материалами журналистского характера; интернет-СМИ – профессиональное вебиздание, как правило, новостного характера; вебверсия СМИ – вебиздание с контентом, который создается несетевыми

СМИ; интернет-журналистика – деятельность в гипертекстовом интерактивном пространстве по подготовке журналистского контента, размещению его в интернете и осуществлению диалога с аудиторией.

В четвертом параграфе «Редакторские и управленческие функции вебиздания» исследуются изменения редакционной системы в связи с функционированием вебизданий.

Развитие интернет-журналистики дополняет редакционную систему вебредакционной системой, расширяет круг субъектов производства массовой информации за счет непрофессиональных пользователей интернета и актуализирует присущее журналистике качество гипертекстуальности.

Формирование вебредакционной системы на практике приводит к необходимости расширения списка компетентностей профессионального журналиста, связанных с появлением у журналиста новых обязанностей, что существенно трансформирует параметры его профессионализации. Это обстоятельство определило необходимость рассмотрения в диссертации проблем профессиональной подготовки журналиста (глава 4). Перечень базовых функций редакционной системы был дополнен функциями управления интерактивными коммуникациями. Причем для вебредакции эти функции становятся приоритетными. Они заключаются в том, чтобы создавать, поддерживать и модернизировать информационные ресурсы, обеспечивать связь с другими ресурсами и потребителями.

Формирование вебредакционной системы преобразует структуру и функциональность редакционной системы в целом. Для определения места новых профессиональных редакторских сред в системе СМИ автором вводятся дополнительные квалификационные признаки, основанные на различиях: синхронности – асинхронности отношения издания к событию; on-line – off-line отношения издания к читателям; информационного – коммуникационного характера медиапродукта.

Трансформация редакционных систем актуализирует комплекс вопросов менеджмента СМИ. Работа с вебпроектом дополняет список менеджерских функций следующим: разработкой, позиционированием, продвижением, поддержкой вебкомпонентов редакторско-издательской деятельности; вовлечением пользователей в жизнедеятельность ресурса; интернет-маркетингом; управлением рекламными кампаниями; анализом текущей активности в сети; оценкой технологической вооруженности конкурентов; экспертизой и мониторингом качества сайта; мониторингом капитализации (стоимости) и ликвидности проекта.

Пятый параграф «Жанры, язык и стиль вебпубликаций» посвящен анализу жанровых, стилистических и языковых особенностей вебизданий.

Жанровые различия существуют объективно, как отражение разнообразия действительности, что и определяет содержание теории жанров. С этой

позиции неопределенность жанровых различий означает неразличимость отдельных проявлений действительности – фактов, что делает невозможной не только теорию журналистики, но и саму журналистику. Подобный парадокс не снимается постмодернистской декларацией конструируемой СМИ реальности, поскольку остается неясным, из чего это реальность будет конструироваться, если нивелированы различия фактов и их образов – жанров.

Журналистский жанр – это элемент метаязыка интегрированных социальных коммуникаций или современный код, с помощью которого шифруется массовая информация СМИ и дешифруется аудиторией. Если предположить, что между СМИ и аудиторией (социумом) существует понимание и что язык жанров в равной степени является языком СМИ и аудитории, то можно сделать вывод об адекватности структуры жанрового разнообразия и целостного информационного образа реальности.

Сложность различения жанров в интернете вызвана тем, что один и тот же журналистский материал является и просто текстом, и элементом гипертекста. Выведенный из сети, например, распечатанный на принтере, он может быть отнесен к какому-либо жанру. При этом останутся в силе известные типобразующие факторы: тематика и проблематика; способ повествования, описания, воспроизведения событий; отношение автора к изображаемому; образительно-выразительные средства; сюжет, стиль и язык и т.п. В гипертексте каждый элемент лишь в связи с другими приобретает содержание и форму, то есть становится смыслодержимым текстом, но состоящим из разножанровых фрагментов. Траектория движения читателя по гипертексту также слабо предсказуема. Поэтому определение жанровой принадлежности текста на основании его фрагмента становится некорректным.

Из этого методологического тупика есть несколько выходов.

Первый – определить жанр интернет-публикации в качестве отдельного типа гипертекстовых интерактивных публикаций, при возможной дифференциации по значимости или незначимости этих качеств, то есть в рамках конструкторов «плоский текст – гипертекст» и «пассивность-интерактивность». В пользу такого подхода говорит общая специфика языка и стиля материалов, размещаемых в интернете, являющаяся следствием особенностей как написания, так и чтения текстов с экрана компьютера.

Второй – различать жанры по типу и свойствам, в том числе и технологическим, ресурсов, на которых размещается контент. Тогда следует выделить: жанр сетевых дневников – блогов; жанр новостных журналистских сайтов; жанр дискуссионных площадок – форумов; жанр аналитических статей; жанр экспертных оценок и мнений и т.п. Более тонкое различие приведет к выделению жанров: презентаций вебпроекта; анонсов публикаций; жанров ссылок и навигационных блоков сайта; справочного

аппарата; жанра комментариев; мультимедийных блоков; рекламных вставок, интерактивных элементов сайта и т.п.

Третий – различать жанры по типу дискурса, порождаемого публикацией, то есть научного, событийно-фактологического, маркетингового, развлекательного и т.п.

Факт конструирования текста пользователем из различных блоков привел к появлению так называемого компонентного авторинга – технологии, предполагающей сведение публикуемых текстов до уровня неизменяемых квантов информации – топиков и их сборок. Топик должен освещать конкретную тему, иметь четко определенную цель, быть полностью автономным и пригодным для многократного использования независимо от контекста. Можно считать топик и сборки топиков отдельным жанром, однако в этом случае более важным является структура сборки, и такой элемент как юзабилити, отвечающий не только за то, насколько интерфейс ресурса удобен и понятен пользователю, но и за то, насколько далеко от исходного текста он удалится. Поэтому юзабилити, как форма организации информации на ресурсе, и есть наиболее близкий, по мнению автора, аналог понятию жанра в офлайновой журналистике.

Отсюда четвертым основанием типологии жанров интернет-публикаций может стать типология юзабилити, которая строится на следующих основаниях: 1) выделение особенностей пользователей – возрастных, гендерных, профессиональных, стратовых и т.п.; 2) определение внешнего смыслового поля (контекста) – технологического, научного, развлекательного, маркетингового и т.п.; 3) оценка поисковой активности посетителей на основе анализа поисковых запросов; 4) выявление тематик размещаемых публикаций и структуры связей между ними; 5) определение характера контента – текстового или мультимедийного.

Анализ стиля и языка как жанрообразующего фактора интерактивной гипертекстовой публикации позволяет отметить определенные особенности восприятия текста с экрана компьютера. Так, специалисты считают, что «люди редко читают текст по словам; вместо этого они сканируют страницу, выхватывая отдельные слова и фразы». Они утверждают, что «79% процентов участников теста сканируют любую новую страницу и только 16% читают слово за словом».

Подобное нечтение-сканирование текстов – следствие отсутствия культурной нормы чтения с экрана и клиентских ограничений по трафику и скорости. Цитируемая статья была написана в 2002 году. С этого времени доступный широкополосный интернет снял клиентские ограничения и многие уже привыкли читать с экрана. Тем не менее, на вопрос, заданный автором диссертации в студенческой аудитории гуманитарного вуза в 2009 г. «Кто из вас распечатывает текст, чтобы прочитать?» положительно ответило 55%

аудитории. Эта цифра не слишком отличается от выше приведенных. Различия вебтекста и печатного текста не будут нивелированы, напротив, они будут только усиливаться. Главное из них – отношение к вебтексту как к предмету деятельности, а не как к неизменной «каменной скрижали».

Текст адаптируется для сканирования следующим образом: выделяются ключевые слова (гиперссылками, шрифтом, цветом и т.п.); достигается предметность подзаголовков и лаконичность абзацев; выводы впереди посылок (стиль перевернутой пирамиды). Все это должно отличать стиль вебпубликаций.

Веб – это ссылочная информационная среда. Авторы могут создавать ссылки на свои прежние публикации. Так публикации становятся элементом исторического архива – интернета. Журналисты могут публиковать списки ссылок на материалы по какой-то теме, что придает вебжурналистике уже энциклопедический характер.

Присутствие ссылки внутри текста указывает на определенный смысловой акцент, точно также как типографические элементы. Но в отличие от них гиперссылка предлагает читателю покинуть данное текстологическое пространство. В итоге исходный текст становится сборкой предтекстов, порождающих итоговый гипертекст. Значения текстовых блоков в итоге определяются после сопряжения их с блоками, на которые они ссылаются, то есть виртуализированный надтекст позволяет понять девиртуализированный предтекст, а не наоборот. Подобное свойство внутренних ссылок создает дополнительные возможности аранжировки текстов, но и требует определенной логической законченности межссылочных текстовых блоков. Вебстраница содержит, как правило, множество паралингвистических элементов со своими ссылками, также стремящимися увести пользователя от активного экрана. К ним относятся иконические компоненты (фотографии, рисунки, видеоролики и т.п.) и графические параграфемные элементы. Они, вступая в сложное взаимодействие с вербальным компонентом, создают комплексы вербально-невербальной природы. Следовательно, текст – это система коммуникативных элементов, объединенных в единую замкнутую иерархическую структуру замыслом автора. Но веб не статичен, а динамичен. Элементы страницы видоизменяются под действием пользователя, создавая дополнительные сложности извлечения авторского замысла.

Можно добиться существенного улучшения юзабилити и, соответственно, читабельности вебпубликации, осуществляя последовательные процедуры по сокращению, структурированию и объективации исходного сообщения. Иными словами, структурированность, объективность и лаконичность являются главными моментами стиля вебпубликаций, учет которых способен в какой-то степени компенсировать риски неоднозначности восприятия, неадекватности интерпретаций и преждевременного выхода в иной контекст.

Описанные в данном параграфе свойства вебпубликации можно считать жанровым признаком, а группу объединенных им публикаций – жанром вебпубликаций (гипертекстовых интерактивных публикаций). Язык вебпубликаций также имеет отличительные особенности. Первые опыты общения в интернете с помощью электронной почты продемонстрировали бедность текстового канала. Это вызвало к жизни новые типографические элементы – смайлики, которые предназначены для выражения эмоционального отношения к сообщению, например, :-) – шутка; ;-| – очень серьезно; 8-O – удивление и т.п. Кроме того, первые пользователи интернета – международное сообщество программистов – использовали англоязычные термины. В некоторых случаях использовалась (и используется до сих пор) так называемая транслитерация, то есть написание русских слов английскими буквами (angliyskimi bukvami). Транслитерация не только передавала русские тексты, но и трансформировала русский язык. В последнее время к транслитерации часто прибегают в названиях сетевых доменов (например, название популярного бесплатного почтового узла: risem.net). Так формировался интернетовский сленг, который используется сегодня не только в чатах и форумах. Он встречается также и в профессиональных интернет-СМИ, но гораздо реже. В целом, по мере расширения профессионального сектора интернет-журналистики доля сленговой лексики в информационных новостных публикациях уменьшается, но продолжает активно присутствовать в социальных сетях, дискуссионных зонах и комментариях.

Шестой параграф – «Актуализация и маркировка факта как базовая функция интернет-журналистики. WEB 2.0 – расширения журналистики».

В интернет-пространстве, как части информационного пространства, в последнее время появились журналистские ресурсы, обозначающие свое принципиальное отличие не только от традиционных (офф-лайновых) СМИ, но и от ставших уже традиционными интернет-СМИ. Этот факт подчеркивается и в их названии: СМИ2-клуб (smi2.ru), Газета 2 (gazeta.lv), News2 (News2.ru) и т.д. Цифровой идентификатор – два – здесь не только указатель принадлежности к технологии WEB2.0, но и действие принципа версиальности или «вечной беты». Версиальность распространяется не только на журналистский материал, но и на способы его представления, и форму существования. Сама по себе эволюционирующая структура информационного ресурса становится частью сообщения, в полном соответствии с упомянутым выше тезисом М. Маклюэна.

Сеть действительно начала приближаться к тому, чем она должна быть согласно своей топологии, и, более того, она приобрела способность менять структуру взаимоотношений вне самой себя.

Сервисы WEB 2.0 предоставляют современной журналистике ряд новых возможностей. Связанные с ними понятия фолксомии, социальных сетей, блогов и т.п. нельзя отнести лишь к технологическим инновациям. Поэтому,

на основании проведенного анализа, можно утверждать, что это скорее новая идеология, а не технология. Речь, следовательно, должна идти не о возможностях разнообразных сетевых сервисов, а о восприятии их аудиторией и возвращении на этой широко и быстро осваиваемой коммуникативной почве новых форм социальности и, возможно, политического поведения. Сетевые отношения формируют систему горизонтальных связей и специфических гипертекстовых коммуникативных практик. Следовательно, модусы сетевого поведения в массовом порядке будут транслированы в офлайн-мир.

Четвертая глава диссертации – «Параметры профессионализации журналиста в эпоху интернета».

В первом параграфе «Зона ответственности интернет-журналистики и образ профессиональной деятельности» определяются параметры профессионализации в сфере интернет-журналистики на основании описания ее зоны ответственности. Образ профессиональной деятельности, как определенный тип отношения профессионала к своей профессии и ее продукту, строится на основании анализа сущности профессионализма как такового и специфики журналистского профессионализма.

Автором исследован генезис становления журналистской профессии, прошедшей следующие этапы развития: 1) палеожурналистика, 2) пражурналистика, 3) журналистика, 4) постжурналистика. В основу представленной периодизации положен принцип профессиональной институализации журналистики. На всех этапах в журналистском профессионализме присутствуют три базовых компонента: 1) художественный (арт-журналистика); 2) технологический (техно-журналистика); 3) эпистемологический (эпистема-журналистика).

На основании анализа генезиса журналистского профессионализма разработана модель деятельности специалиста. Модель определяет необходимые компетенции с учетом: внешних относительно профессиональной среды детерминант (требования государства, социума, рынка); внутренних (требования профессиональной среды, профессионального сообщества, профессиональной школы); личностных (удовлетворение потребностей в образовании, в самореализации, в социальном статусе).

Второй параграф – «Журналистское образование в эпоху интернета» рассматривает существующую систему профессиональной подготовки, которая достаточно слабо учитывает реалии быстроменяющейся медиасреды. Вместе с тем нужно отметить внимание научного и педагогического сообщества к вопросам медиакультуры и информационной культуры личности, формирование которых является актуальной задачей медиаобразования для школьников, непрофильного профессионального

образования, профессионального образования журналистов и профессиональной переподготовки по коммуникативным наукам.

В работе констатируется усложнение образовательных задач, поскольку существенно усложняются профессиональные задачи специалистов в области информационно-коммуникативных практик и одновременно медиакультура (вместе с информационной культурой) становится неотъемлемой частью культуры личности. Наблюдаемое проникновение медиасодержаний в учебные процессы разного уровня, разных профессиональных сред и для разных аудиторий можно считать вполне закономерным.

В связи с этим профессиональную подготовку журналистов необходимо рассматривать вместе с профессионализацией интернет-журналистики. Для решения этой задачи предлагается понимание журналистской образованности как качества адаптивности к профессиональной среде. Отсюда вытекают особые требования к образованности в области интернет-журналистики, поскольку ее профессиональная среда обладает рядом качественно новых свойств. Одно из них – тот факт, что предметом и результатом журналистской деятельности, осуществляемой в виртуальной среде, является сама виртуальная среда, которая и выступает в роли профессиональной среды журналиста.

Третий параграф – «Модели, формы и технологии обучения интернет-журналистике» показывает, что профессиональная подготовка журналистов в России реализуется и в очной, и в заочной и в вечерней форме обучения с использованием технологий контактных лекционно-семинарских занятий, мастер-классов, практических занятий и т.п. Используются модели одноуровневой подготовки специалистов, двухуровневой (бакалавриат и магистратура), профессиональной переподготовки по специальности журналистика, лиц получивших высшее образование по другим специальностям, и т.д., а также подготовка кадров высшей научной квалификации в аспирантуре и докторантуре.

Медиаобразование осуществляется на базе школьного образования, так и дополнительного школьного образования и дополнительного образования студентов в рамках непрерывного самообразования.

Однако нельзя утверждать, что система медиаобразования и профессионального образования особенно для интернет-журналистики вполне соответствует требованиям времени. Специфика предмета, в частности беспрецедентная скорость изменений его содержания, а также органичное объединение в нем знаний гуманитарного, естественнонаучного и инженерно-технического типа препятствует его адаптации к традиционной образовательной системе. Это и является основным источником трудностей в сфере подготовки интернет-журналистов.

Понимание профессионализма как свойства адаптивности к профессиональной среде и образования как процесса адаптации к ней требует, чтобы и среда обучения была системно подобна как образовательной задаче, так и будущей профессиональной деятельности. Поэтому достаточно эффективной технологией обучения будет обучение, осуществляемое в самой интернет-среде, то есть дистанционное интернет-обучение.

Дистанционное образование сегодня – это достаточно быстро развивающаяся отрасль. Она характеризуется включением фактора социальности и социогенности, персонализацией, субъективацией коммуникативных функций, интерактивностью, гипертекстовостью знаниевой составляющей, эпистемологичностью образовательного общения, а также рядом свойств, являющихся следствием использования технологий WEB 2.0.

Все эти новые свойства входят в концептуологию так называемой нелинейной педагогики, применение которой для обучения современных журналистов является безальтернативным.

В заключении представлены обобщенные итоги решения поставленных исследовательских задач.

Общий результат диссертационного исследования можно резюмировать следующим образом:

Показано и обосновано, что интернет-журналистика в полной мере институирована как компонент системы СМИ наряду с печатью, телевидением и радио. Ее отличительной особенностью является доминирование коммуникативности (качества интерактивности и гипертекстовости) над информативностью. Специфика интернет-журналистики, с одной стороны, требует изменений в профессионализации журналистов, с другой – открывает новые направления в научных исследованиях медиа.

Основные положения диссертации изложены в 76 публикациях в научных изданиях. В том числе 11 – в журналах из перечня ВАК. Общий объем публикаций – 115 п.л.

Публикации в журналах, входящих в перечень ВАК:

1. Калмыков А.А. Психологические особенности образовательных трансакций в виртуальной среде // Школьные технологии. – М.: Народное образование, 2000. № 3. – С. 147 - 152.
2. Калмыков А.А. Размышления об образовании в кибермирах // Школьные технологии. – М.: Народное образование, 2000. № 2. – С. 203 - 207.
3. Калмыков А.А., Хачатуров Л.А. Опыт организации виртуальных образовательных сред // Школьные технологии. – М.: Народное образование, 2000. № 2. – С. 207-214.
4. Калмыков А.А. Экопсихология: переформатирование сознания // Экология и жизнь. – М., 2006. № 8(57). – С. 35-40.
5. Калмыков А.А. Виртуалистика: сознание со-бытия // Экология и жизнь. –

М., 2006. №11(60). – С.29-32.

6. Калмыков А.А. Онтология коммуникации как социально-антропологическая проблема // Вестник РГГУ. – М., 2007. №1/07. – С.47-61.
 7. Калмыков А.А. Гипертекст мышления и коммуникативное пространство // Человек: иллюстрированный научно-популярный журнал. – М.: Наука, 2007. № 5. – С. 122-129.
 8. Калмыков А.А. О виртуалистической природе коммуникации // Философские науки. – М.: Гуманитарий, 2007. № 8. – С. 76-88.
 9. Калмыков А.А. Коммуникатология и виртуалистика: опыт построения социальной онтологии // Вестник РГГУ. – М., 2008. № 1/08. – С. 36-49.
 10. Калмыков А.А. Политический потенциал принципа свободы слова // Вестник РГГУ. – М., 2009. № 1/09. – С. 9-20.
 11. Калмыков А.А. E-learning как инструмент медиаобразования // Высшее образование в России. – М., 2009. № 10. – С. 45-48.
- Монографии, учебники и учебные пособия
1. Калмыков А.А. Психология. Введение в экологическую психологию. Программы курсов лекций / А.А. Калмыков. – М.: Изд. МНЭПУ, 1997. – 19 с.
 2. Калмыков А.А. Введение в экологическую психологию. Курс лекций / А.А. Калмыков. – М.: Изд. МНЭПУ, 1999. – 128 с.
 3. СМИ и современные медиатехнологии / А.А. Калмыков [и др.]. – М.: АСМО-пресс, 2000. – 128 с.
 4. Калмыков А.А. Экопсихология, как технология разрешения экологических проблем // Социально-экологические проблемы регионов России: уч. пособие / общ. ред. и сост. А.Т. Никитин. – М.: Изд. МНЭПУ, 2001. – С. 77-85.
 5. Калмыков А.А., Никитин А.Т. Технология дистанционной профессиональной переподготовки в XXI веке / А.А. Калмыков, А.Т. Никитин // Социально-экологические проблемы регионов России: уч. пособие / общ. ред. и сост. А.Т. Никитин. – М.: Изд. МНЭПУ, 2001. – С. 91-100.
 6. Калмыков А.А. Проектирование дистанционных образовательных курсов: Пособие для преподавателей и методистов / О.А. Орчаков, А.А. Калмыков; под ред. О.А.Орчакова. – М.: Издательство МНЭПУ, 2002. – 52 с.
 7. Учебно-методический комплекс для системы дистанционного образования / А.А. Калмыков [и др.], Отв. ред. Ю.Г. Круглов. – М.: РИЦ «Альфа» МГОПУ им. М.А.Шолохова, 2003. – 33 с.
 8. Калмыков А.А. Дистанционное обучение. Введение в педагогическую технологию: Учебное пособие / А.А. Калмыков, О.А. Орчаков, В.В. Попов. – М., 2005. – 180 с.
 9. Калмыков А.А. Интернет–журналистика. Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 021400 «Журналистика» / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 383 с.
 10. Калмыков А.А. Основы теории журналистики: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 021400 «Журналистика» / Л.А. Коханова, А.А. Калмыков. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 536 с.
 11. Калмыков А.А. Информационно-коммуникативная парадигма (на

примере научной журналистики). Монография / Л.А. Коханова, А.А. Калмыков, В.И. Штепа. – М., 2008. – 369 с.

12. Калмыков А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ. Научное издание / А.А. Калмыков; под ред. В.С. Хелемендика. – М.: Издательство ИПК работников ТВ и РВ, 2009. – 84 с.

Статьи в периодических научных изданиях и сборниках:

1. Калмыков А.А. Новая общенаучная парадигма и Мир божий // Человек Общество Вселенная. – М.: ГАВС, 1994. – С. 7-45.

2. Калмыков А.А. Структура виртуального события // Виртуальные реальности в психологии и психопрактике; сборник трудов; под ред. Н.А.Носова. – М., 1995, – С.79-105.

3. Калмыков А.А. Психология виртуальных образовательных пространств // Консультант директора. – М.: ИНФРА-М, 1998. №5. – С. 17-22.

4. Калмыков А.А. Экологическое образование. Проблемы и перспективы // Магистр. – М.: Изд. Магистр, 1998, № 6. – С. 67-75.

5. Калмыков А.А. Экологическая психология или домостроительство человеческого разума // Прикладная психология. – М.: Изд. Магистр, 1998. № 5. – С. 11-19.

6. Калмыков А.А., Орчаков О.А. Виртуальность в образовании и виртуальное образование // Консультант директора. – М.: Инфра-М, 1999, № 6. – С.17-20.

7. Калмыков А.А. Информационная модель эйкоса и проблема психологических загрязнений // Прикладная психология. – М.: Изд. Магистр, 1999. №2. – С. 23-33.

8. Калмыков А.А. Парадигматика экопсихологии в технологии ДО // Дистанционное образование. – М., 2000. №2/2000. – С.10-12.

9. Калмыков А.А., Хачатуров Л.А. Организация виртуальных образовательных сред // Научное обеспечение открытого образования: Научно-методический и информационный сборник. – М.: МЭСИ, 2000. – С. 86-101.

10. Калмыков А.А. Коммуникация как виртуальность // Ежегодник Российского психологического общества. – М.: 2002, Т.9, выпуск 1. – С. 169.

11. Калмыков А.А., Калмыкова А.В. Экологический PR как средство управления виртуальным пространством // Ежегодник Российского психологического общества. – М., 2002. Т.9, выпуск 1. – С. 170.

12. Калмыков А.А. Информационное общество // Экономико-математический энциклопедический словарь / Гл. Ред. В.И. Данилов-Данильян. – М.: Большая Российская энциклопедия: Издательский Дом «ИНФРА-М», 2003. – С. 180-182.

13. Калмыков А.А. Симулятивная коммуникация – феномен информационного общества [Электронный ресурс] // Relga, 2005. №2 [104]. URL: <http://relga.ru>.

14. Калмыков А.А. Образовательные технологии и информационный мир в экологическом представлении [Электронный ресурс] // Relga, 2005. №3 [105]. URL: <http://relga.ru>.

15. Калмыков А.А. Образование Кибермира [Электронный ресурс] // Relga,

2005. №4 [106] . URL: <http://relga.ru>.
16. Калмыков А.А. Маркировка современности в системе массовых коммуникаций и рынок будущего [Электронный ресурс] // Relga, 2005. №6 [108]. URL: <http://relga.ru>.
17. Калмыков А.А., Коханова Л.А. Психологические особенности Web как СО-ОБЩЕНИЯ [Электронный ресурс] // Вопросы интернет-образования, №28. URL: http://vio.fio.ru/vio_28/cd_site/Articles/art_1_12.htm.
18. Калмыков А.А., Калмыкова А.В. Вопросы сознания в работах Н.О. Лосского и коммуникативистика [Электронный ресурс] // Relga, 2005. №8 [110]. URL: <http://relga.ru>.
19. Калмыков А.А. Гипертекст журналистики в системе массовых коммуникаций [Электронный ресурс] // Relga, 2005. №9 [111]. URL: <http://relga.ru>.
20. Калмыков А.А. Структура профессии журналиста и анализ ее составляющих [Электронный ресурс] // Relga, 2005. №12 [114]. URL: <http://relga.ru>.
21. Калмыков А.А. Профессиональные корни журнализма [Электронный ресурс] // Relga, 2005. №11 [113]. URL: <http://relga.ru>.
22. Калмыков А.А. Что такое профессиональный журналист и как его готовить [Электронный ресурс] // Relga, 2005. №10[112]. URL: <http://relga.ru>.
23. Калмыков А.А. Высшее образование с помощью Интернета. Комментарии специалиста // Образование и карьера. – М., 2006, №2. – С. 14-15.
24. Калмыков А.А. Основы профессионального образования журналиста (статья первая) //Альманах «Акценты». – Воронеж: Изд. ВГУ, 2005. выпуск 3-4(54-55). – С. 29-114.
25. Калмыков А.А. Основы профессионального образования журналиста (статья вторая) //Альманах «Акценты». – Воронеж: Изд. ВГУ, 2005. выпуск 5-6(55-56). – С. 61-67.
26. Калмыков А.А. Окончательная упаковка современности // Консультант директора. – М.: «ИНФРА-М», 2006. №23(275). – С. 14-18.
27. Калмыков А.А. Фирсова Н.С. Журналистика современности в системе массовых коммуникаций // Консультант директора. – М.: «ИНФРА-М», 2007. №4(280). – С. 6-8.
28. Калмыков А.А. Экология коммуникативных пространств в гипертексте // Консультант директора. – М.: «ИНФРА-М», 2007. №5(281). – С. 32-36.
29. Калмыков А.А., Симонова О.Н. Театральная метафора public relations // Консультант директора. – М.: «ИНФРА-М», 2007. №11(287). – С. 2-9.
30. Калмыков А.А. Нужна ли веб-ресурсу редакция? // Консультант директора. – М.: «ИНФРА-М», 2007. №13(289). – С. 27-30.
31. Калмыков А.А. Денисова М.А. Методическая экспертиза PR-технологий // Консультант директора. – М.: «ИНФРА-М», 2007. №14(290). – С. 11-21.
32. Калмыков А.А., Штепа В.А. Демина Е.А. ПР-технология социально-экологической адаптации в химической промышленности // Консультант директора. – М.: «ИНФРА-М», 2007. №16(292). – С. 28-31.

33. Калмыков А.А., Гиренок Ф.А. Россия: торная дорога в 21 век // Бюллетень научной программы «особенности российской культуры и менталитета как фактор социально-экономического развития страны». – М., 2007. № 1. – С. 5-25.
34. Калмыков А.А. ПАБЛИК-РИЛЕЙШНЗ как технология управления виртуальной реальностью // Консультант директора. – М.: «ИНФРА-М», 2007. №17(293). – С. 32-33.
35. Калмыков А.А., Гиренок Ф.И., Коханова Л.А. Мобилизующий образ России в сознании граждан. Матрица ключевых посланий // Консультант директора. – М.: «Инфра М», 2007. №18(294). – С. 26-34.
36. Калмыков А.А., Самотаева М.В. Гипертекстуальная природа бренда // Консультант директора. – М.: «Инфра М», 2007. №23(299). – С. 21-31.
37. Калмыков А.А. Принципы экспертизы в дистанционной образовательной технологии // Дистанционные образовательные технологии. Проблемы, опыт, перспективы развития: Сб. ст. / Под ред. Ф.Ф.Харисова. – М.:ФИРО, 2008. – С. 88-96.
38. Калмыков А.А. Интернет-журналистика как предмет научного исследования // Вестник Электронных и печатных СМИ. – М.: Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 2008. Выпуск №5, март 2008 года.