

Секция «Журналистика»

**Использование технических инноваций в менеджменте редакций
Онлайн-СМИ**

Перевозчиков Кирилл Валерьевич

Студент

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет
журналистики, Москва, Россия
E-mail: strelocker@gmail.com*

Использование технических инноваций в менеджменте редакций Онлайн-СМИ

Рынок Онлайн-СМИ наблюдает **стабильный рост** по сравнению с печатной прессой. Многие специализированные издания переходят из печатного формата в интернет, чтобы сохранить прибыльность[1]. В 2012 году рынок интернет-рекламы вырос на 35% и составил 56,3 млрд рублей – это на 30,2% больше, чем рынок рекламы в печатных СМИ[2]. Но Интернет – абсолютно новая среда со своими особенностями и своими вызовами для журналистов, редакторов и руководителей СМИ. Только пользуясь самими современными техническими инновациями, возможно построить эффективную работу редакционного коллектива в 24-часовом режиме, присущем Интернет-ресурсам.

Современные Онлайн-СМИ – от блогов до больших порталов, по сути, представляют собой веб-сайт, имеющий собственную систему управления контентом (CMS – Content Management System). Эта программная среда позволяет произвести загрузку контента на сайт, предоставляет для использования инструменты форматирования, рубрикации и графического оформления. Она позволяет делать «отложенные» публикации, а также менять контент сайта по своему усмотрению. Однако инструменты планирования и внутренних коммуникаций у подобных систем отсутствуют – ввиду предназначенности веб-сайтов для широкого спектра задач, а не только для журналистики.

Печатные и эфирные СМИ используют для планирования широкий спектр инструментов, центральным из которых является **электронный план номера** (печатные СМИ) или **верстка эфира/передачи** (ТВ и Радио). Как правило, это **программные продукты**, созданные специально для определенного СМИ, издательского дома, телеканала, радиостанции и пр., наделенные всем необходимым функционалом, и доступные с любых рабочих компьютеров внутри редакции по **локальной сети** (интранету).

У Онлайн-СМИ подобные инструменты, как правило, отсутствуют. Рассмотрим виды коммуникаций и программные продукты, позволяющие их осуществлять в сети Интернет.

Традиционные методы коммуникации

Устная коммуникация. Плюсы: самый понятный, традиционный и распространенный метод коммуникации. Живой диалог, мгновенная обратная связь. Минусы: необходим личный контакт (и как следствие – общий офис для всех сотрудников редакции), результаты нигде автоматически не фиксируются, участники коммуникации могут не быть доступны по первому требованию – необходимость созывать собрания,

летучки и так далее. Формы: разговор, инструкция, собрание, встреча, телефонный или интернет-звонок, брифинг и т.п[3].

Письменная коммуникация. Плюсы: информация фиксируется на бумаге, Минусы: информация не становится общедоступной, отсутствует моментальная обратная связь, проблема сохраняется проблема доступа к информации[4].

Инновационные методы коммуникации.

Интернет-чаты (Skype, Facebook, ICQ): Развитие метода устной коммуникация в электронном виде. Плюсы: широкое распространение и доступность, мгновенная интерактивность, имитация диалога в устной форме, доступ из любого места. Может использоваться для решения срочных вопросов без отрыва от рабочего компьютера. Возможны конференции с участием нескольких участников, аудио и видео связь. Минусы: нет общего и устойчивого доступа к записям разговоров (логам), отсутствует навигация, допускаются только небольшие объемы информации от каждого участника коммуникации.

Электронная почта. Развитие метода письменной коммуникации в электронном виде. Плюсы: широкое распространение и доступность, возможность общего доступа, возможность передачи больших массивов информации. Минусы: только письменный текст, как правило без форматирования. Вероятность захламления почтового ящика рекламой и «спамом».

Системы общего доступа к файлам (Google Docs, SkyDrive, Dropbox). Значительно оптимизируют документооборот. Позволяют создание специальных таблиц и баз данных, упрощающих планирование и делегирование заданий.

Описанных методов, как правило, хватает для раннего этапа функционирования Онлайн-СМИ, особенно если используются все вышеперечисленные способы коммуникации. Однако каждый из методов имеет свои достоинства и недостатки, и не отвечает на все вопросы организации работы редакции Онлайн-СМИ в той степени, в которой это способны делать специально разработанные системы управления проектами.

Каким задачам должна отвечать система редакционного менеджмента контента?

- Планирование контента
- Делегирование задач
- Возможность обсуждения и комментирования задач
- Совместный доступ к документам
- Доступ с любого устройства

Новейшие продукты управления проектами отвечают всем этим требованиям. Созданные для широкого круга задач – от разработки веб-сайтов и программного обеспечения – до индивидуального контроля времени («тайм-менеджмента»), такие программные продукты, как Basecamp, Asana, Podio предоставляют весь спектр инструментов, объединенный в удобную интернет-оболочку, доступную прямо из браузера или с экрана смартфона.

Главное преимущество: возможность полной интеграции всех бизнес-процессов Онлайн-СМИ, начиная от редакционной деятельности и заканчивая подбором кадров и ведением финансовой отчетности.

Главный недостаток: англоязычный пользовательский интерфейс и необходимость обучения персонала пользованию системой.

Бизнес-модель: данные программные продукты распространяются либо бесплатно, либо по подписке. Как правило, стоимость годовой подписки значительно уступает стоимости самостоятельной разработки аналогичной системы.

[1] Т.Браун, Б.Шетти. «Дейли Бист». Переворот страницы для «Ньюсвик». <http://www.thedailyturn-of-the-page-for-newsweek.html>

[2] Ведомости.ру. Структура доходов рекламного рынка России. <http://www.vedomosti.ru/libr>

[3] Дафт Р. Менеджмент. 8-е изд. / Пер. с англ. под ред. С.К.Мордовина. – СПб.: Питер, 2011. – с. 718

[4] Там же, с. 719

Литература

1. Ведомости.ру. Структура доходов рекламного рынка Россиию <http://www.vedomosti.ru/libr>
2. Дафт Р. Менеджмент. 8-е изд. / Пер. с англ. под ред. С.К.Мордовина. – СПб.: Питер, 2011
3. Т.Браун, Б.Шетти. «Дейли Бист». Переворот страницы для «Ньюсвик». <http://www.thedailyturn-of-the-page-for-newsweek.html>