

БЕЛОУС А.Ю., ИГОШИНА О.А.

**СОВРЕМЕННАЯ ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛИСТИКА В СИСТЕМЕ МАССОВЫХ
КОММУНИКАЦИЙ**

Аннотация. В статье говорится о том, что развитие компьютерных технологий породило такую особенную форму журналистики, как Интернет-журналистика, в основе которой лежит способ публикаций. Каналов распространения множество и в данной статье авторы рассматривают самые известные на просторах Интернета

Ключевые слова: RSS, Twitter, блоги, Интернет-журналистика, новые медиа, подкасты

BELOUS A.YU., IGOSHINA O.A.

MODERN INTERNET-JOURNALISM IN MASS COMMUNICATION

Abstract. The paper considers Internet-journalism as a product of computer technologies development. In this connection Internet-journalism is based on special means of publishing. There are various channels of relaying information on the Internet and the authors study the popular ones among journalists

Keywords: RSS, Twitter, blogs, Internet-journalism, new media, podcasts

Эволюция, которую прошла журналистика за период своего существования, достойна особого внимания. Каждый этап становления средств массовой информации отличается от предыдущего определенной новизной и дает исключительные привилегии.

Последней, на сегодняшний день, стадией развития СМИ, стала Интернет-журналистика, которая с наступлением XXI века плотно вошла в наш обиход, постепенно заполняя и отодвигая традиционные виды средств массовой информации, такие как газеты, радио и даже, что немисливо было представить десять лет назад, телевидение. Уже в первой половине 1996 года в Сети можно было найти такие издания, как: «The New York Times», «The Washington Post», «The Boston Globe», «Известия», «Независимая газета», «Коммерсантъ», «Le Monde», «The Guardian», «The Economist», «Der Spiegel», «The Jerusalem Post» и прочие. Первооткрыватели создания электронных версий печатной прессы в один момент осознали важность освоения киберпространства. Мобильность, оперативность, вездесущность мировой паутины превзошли все СМИ вместе взятые.

Интернет-журналистика сегодня – это уже не феномен, а факт. Каждое уважающее себя издательство имеет собственный Интернет-канал, создает электронные версии своих изданий, а нередко и вовсе отказывается от печати в пользу Интернета и их аудитория проявляет тенденцию к неуклонному росту, ведь теперь ты можешь прочитать не только

актуальный материал, но и с легкостью просмотришь ранее опубликованные выпуски, которые создают огромную базу архива.

Электронные виды СМИ менее затратные, нежели традиционные, так как для выпуска такой «газеты» не нужно тратить деньги и время на закупку дорогостоящего оборудования, верстку и печать. Все эти действия теперь выполняются в несколько «кликов» – это является неоспоримым аргументом в их пользу, потому что основная функция массмедиа в том, чтобы распространять имеющую значимость информацию оперативно и качественно. Стоит отметить также, что именно Интернет позволяет нам использовать набор средств выразительности, который соединил в себе черты почти всех других видов СМИ: фото, видео и аудио-файлы, прикрепленные к сообщению, наглядно доносят информацию до аудитории, что предопределяет одну из главных черт Интернет-журналистики – мультимедийность.

Мультимедийность предоставляет журналисту следующие возможности:

- свободная форма выбора материала, контроль над его эмоциональным влиянием;
- смешивание компонентов телевидения, радио и прессы в одном сообщении;
- эксперименты в области журналистских жанров;
- сокращение объемов информации, за счет введения медиа-файлов.

Еще одной особенностью журналистики в Интернете является ее интерактивность. Опубликованный материал становится доступным к обсуждению аудиторией. Автор может подключиться к дискуссии, а может на ее основе сделать принципиально новый материал. Одна из тенденций современных сетевых СМИ состоит в том, что диспуту зачастую уделяют большее внимание, чем самому сообщению, который становится неким катализатором для оживления общества.

Другой характерной чертой веб-журналистики стала ее неограниченная свобода. На основе этого принципа появился и развивается такой феномен, как «Блогосфера». С появлением Интернета журналистика перестала быть закрытой сферой, теперь она развивается с огромной скоростью, и вклад вносится не только специалистами, но и обывателями. Сегодня у каждого активного пользователя Интернет-пространства есть свой блог, в котором он высказывает свои мысли на всевозможные темы. Так, «блог (англ. blog, от web log – Интернет-журнал событий, Интернет-дневник, онлайн-дневник) – веб-сайт, основное содержимое которого – регулярно добавляемые записи, содержащие текст, изображения или мультимедиа» [1]. На данный момент Интернет-дневники можно считать полноценным видом журналистики, так как они во многом отвечают требованиям СМИ,

таким как: периодичность, массовость, целевая аудитория, актуальность, переработка и передача информации.

На наш взгляд, сегодня блоги являются не просто средством для выражения и запечатления своих мыслей, но и неисчерпаемым источником информации, которая поступает в Сеть из горячих точек, с места событий и т.д., приобретая, тем самым, социально-политическую важность. Конечно, не все блоги отвечают вышеперечисленным принципам средств массовой информации, среди пользователей профессионалами являются лишь единицы, но факт остается фактом. С каждым днем появляется все больше блогов, которые по своей структуре и качеству преподносимой информации могут уподобиться СМИ. Стоит заметить, что если редакции СМИ довольно часто не допускают информацию в печать по причине незначительной важности, то блоггеры вольны писать то, о чем они хотят, не оглядываясь на мнение редактора. Для блогов характерны записи в обратной хронологии. Основное отличие Интернет-журнала от традиционного дневника заключается в публичности, направленности на определенный круг людей и диалогичности. Каждое сообщение, предположительно, должно вызвать у читателей определенную реакцию, которую аудитория, преобразовывая в текстовую форму, оставляет в комментариях.

На основании многочисленных опросов были выявлены основные цели чтения блогов:

- получение информации;
- чтение-развлечение;
- отслеживание реакции аудитории на те или иные события.

Основным видом блоггинга, тесно связанным с журналистикой, является медиа-блог. Выделяют следующие разновидности «дневников»:

- Videoblog (в основном содержит в себе подборку видеоматериалов).
- Sketchblog (описывает разные события).
- Fotoblog (состоит из фотографий).
- Tumbleblog (содержит в себе небольшие новостные материалы, аналитические статьи или и то, и другое).
- Linkblog (представляет собой коллекцию ссылок на различные сайты).

В связи с все большей популярностью блогов, появляется такой вид, как стендалон или автономный блог. Главное отличие его в том, что блог полностью управляется только его владельцем. Это может быть частное лицо, организация или просто объединение людей с общими интересами, от которых и зависит функционирование системы. Такая организация полностью исключает участие третьих лиц (Интернет-порталов, которые предоставляют

место и свой движок специально под блоги). Владельцы стендалон-блога называют следующие их плюсы:

- только владелец контролирует содержимое своего «дневника»;
- постоянное технологическое развитие блога;
- выбор дизайна также остается за его собственником;
- постоянный доход от размещения рекламы, при условии постоянной аудитории и популярности блога.

Основным минусом такого вида блогов является плата за хостинг и техническое обслуживание, для которого требуются определенные умения и навыки. Примером самого известного стендалон-блога в нашей стране является видеоблог Дмитрия Медведева, в котором премьер-министр делится насущной информацией из жизни страны. В зависимости от направленности блоги могут содержать в себе информацию о политике, моде, технике, туризме, образовании, музыке и т.п. Общая тема блога ограничивается лишь фантазией автора.

Следующей формой новых массмедиа, которую мы рассмотрим, является Twitter. Главными принципами этого сервиса стали скорость и мобильность. Портал позволяет добавлять короткие сообщения на ходу. Особую популярность он приобрел благодаря возможности мгновенной публикации информации «здесь и сейчас». В связи с этим можно выявить огромный минус такого продукта. Как правило, пользователи не вдаются в подробности, они просто пишут, не анализируя то, что предстает перед взглядом, чтобы максимально сократить время публикаций. Есть и свои плюсы, например, развитая сеть хэштегов дает возможность рассмотреть сообщения со схожей тематикой и рассмотреть ситуацию с разных сторон. По данным компании Global Web Index, количество пользователей сервиса в последнем квартале 2012 года достигло 288 миллионов человек [1]. Благодаря этой службе резко возрос интерес к такому жанру журналистики, как информационный отчет. Журналист, находясь в эпицентре событий, может присылать сообщения с задержкой всего в несколько секунд, транслируя всю интересную и значимую информацию широкому кругу людей. Многие издательства используют Twitter как способ оповещения своих читателей о новой информации, которая в данный момент опубликована на сайте, другие – пользуются технологией RSS.

RSS (Rich Site Summary) или обогащенная сводка сайта – это технология, призванная для сбора и краткого описания медиатекстов. Такой способ получения информации, который автоматически вычленяет интересные для пользователя сообщения, появившиеся на сайте, передавая главную мысль материала в одном, реже – в двух предложениях, а также предоставляет ссылку на него. Начать пользоваться сервисом довольно просто, в Сети

можно найти огромное количество приложений, это могут быть и программы для различных операционных систем и сайты, которые поддерживают данную технологию. Стоит заметить, что каждое крупное информ-агентство поддерживает эту функцию. Более того, программы позволяют настроить периодичность обновлений.

К числу новых медиа также относят и подкасты. Это звуковые MP3-файлы, основанные по принципам радиовещания, созданные для загрузки на плееры и телефоны. Подкасты распространяются за счет технологии центрального распространения. Не составит большого труда загрузить их с любого сайта-агрегатора, портала или блога, но чаще пользователи предпочитают скачивать контент автоматически, для этого нужно только подписаться на подкаст. Зачастую это делается с помощью такой читательской ленты, как RSS. Довольно часто подкасты имеют такие черты СМИ как определенная тематика и периодичность выпусков. Подкастинг во многом схож с аудиоблогом, но первый дает возможность скачивания и автоматически проверяет обновления, что делает его намного удобнее.

Таким образом, Интернет-СМИ на современном этапе выработали свою стратегию успеха, ключом к которой является максимальная оперативность и огромный массив данных. Будущее журналистики связано непосредственно с новыми видами медиа, которые с каждым днем наполняют рынок информации, постепенно вытесняя традиционные виды журналистики.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Интернет-журналистика. Перспективы. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://proza.ru/2011/07/07/1569>