**К вопросу определения понятия сетевых СМИ**

Светлана Батманова

Эволюция коммуникационных каналов последних десятилетий и появление новой, сетевой коммуникации существенно повлияли на систему средств массовой информации.

В XV веке появилась книга, в XVI – газета, в XVII – журнал. В начале XX века было изобретено радио и скорость передачи информации достигла предельного значения – скорости света [1]. В середине XX века широкое распространение получает телевидение. А с изобретением сетевых технологий, основанных на цифровом способе передачи данных, начала формироваться новая среда для распространения потоков информации – интернет.

Одной из важных проблем с научной точки зрения является отношение ресурсов интернета к средствам массовой информации.

В России проблема электронных сетей как нового вида СМИ была впервые поставлена А.И. Акоповым. Он отмечает, что «без какой-либо доли преувеличения Интернет можно рассматривать как некое глобальное средство массовой информации» [2]. Кроме того, «именно на видовом уровне иерархия СМИ, содержащая на первой ступени печатные и аудиовизуальные средства, в последние годы пополнилась новым видом – сетевыми СМИ»[3].

А.И. Акопов ставит проблему комплексного изучения компьютерных электронных сетей как нового СМИ [4], чуть позже – проблему типологизации сетевых СМИ [5].

При рассмотрении электронной сети как явления СМИ ученый выделяет два направления. С одной стороны, все сетевое пространство можно рассматривать как некое средство массовой информации, с определенной структурой, имеющей деление по тематическому, целевому и иным признакам. К другому направлению относятся создаваемые профессиональными журналистами газеты, журналы, информационные агентства, которые в свою очередь подразделяются на электронные версии печатных изданий и собственно электронные издания [6].

В.В. Ворошилов также отмечает, что «конец двадцатого столетия ознаменован возникновением уникального и чрезвычайно перспективного средства массовой информации – глобальной компьютерной сети “Интернет”» [7]. «Появление нового носителя информации, доступного массам людей, не могло не привести к превращению его в СМИ» [8],– отмечает ученый.

Однако существуют мнения, опровергающие данную точку зрения [9]. Ведь в интернете существует множество ресурсов и сервисов, которые сложно однозначно отнести к СМИ.

Например, И. Давыдов определяет интернет как еще один носитель информации и приходит к выводу, что как таковых интернет-СМИ в противовес прочим СМИ нет, а «есть общая сфера медиа, внутри которой можно производить различия по типам носителей. И есть с некоторых пор среда, которая позволяет снять противоречия между типами носителей, объединить в рамках одного СМИ все достоинства (впрочем, и недостатки) этих носителей» [10].

С.Г. Корконосенко, при рассмотрении данного вопроса, отмечает двойственное положение интернета и рассматривает его и прочие сети как среду, пространство, открытое для использования всеми желающими, включая журналистские редакции, но не как отдельное СМИ с собственной природой [11].

И. Засурский в работе «Масс-медиа второй республики» определяет интернет как набор коммуникационных каналов, коммуникационную среду.

М.К. Раскладкина относит ресурсы интернета к средствам массовой коммуникации в соответствии с предложенной классификацией СМК опосредованного (непрямого) действия [12], подразделяя типы СМК в зависимости от каналов коммуникации. Интернет она определяет одним из вторичных технических каналов, с помощью которых осуществляется электронная коммуникация. А к сетевым средствам массовой информации она относит «часть ресурсов платформы WWW (World Wide Web, Всемирная паутина, Веб), что составляет содержание, интеллектуальную наполняющую (контент) Интернета» [13].

Я. Засурский отмечает, что в отличие от радио и телевещания, основной функцией которых является производство и распространение массовой информации, Интернет оказался средой для коммуникации в более широком смысле слова, включающей межличностную и публичную формы общения. Интернет – многофункциональная система, основными функциями которой являются социальная, информационная и экономическая. Социальная функция приводит к образованию новых форм коммуникативного поведения в среде, где господствуют горизонтальные связи и отсутствуют территориальные, иерархические и временные границы, информационная – обеспечивает хранение, механизмы поиска и доступа к имеющейся информации, экономическая – направлена на получение коммерческой прибыли и на дальнейшее стимулирование развития глобальной информационной инфраструктуры [14].

Я. Засурский выделяет всемирную службу WWW, в которой сосредоточены основные информационные ресурсы интернета, и отмечает, что «“всемирная паутина” является частью системы СМИ благодаря представленным в ней сетевым средствам массовой информации, а также электронным версиям традиционных газет» [15].

Как отметил Антон Носик, «средства массовой информации в сети Интернет – тема по нынешним временам неисчерпаемая. Не только потому, что предмет обсуждения обширен, как Вавилонская библиотека, но еще и потому, что всякий, кто по этому поводу высказывается в нашем отечестве, предлагает, как правило, свою собственную, особую точку зрения на вопрос. Причем у многих, в общем-то, серьезных и последовательных людей эта точка зрения периодически меняется...» [16].

Обратимся к действующему законодательству о СМИ. Так, согласно разъяснению Минпечати, «сайт является средством массовой информации в случае, если попадает под признаки, указанные в статьях 2 и 24 Закона Российской Федерации “О средствах массовой информации”». Рассмотрим эти законы подробнее.

В соответствии со статьей 2 Закона «О средствах массовой информации», «под средством массовой информации понимается периодическое печатное издание, радио-, теле-, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации». Соответственно, «под массовой информацией понимаются предназначенные для неограниченного круга лиц печатные, аудио-, аудиовизуальные и иные сообщения и материалы».

Согласно статье 24 Закона («Иные средства массовой информации»), «правила, установленные настоящим Законом для периодических печатных изданий, применяются в отношении периодического распространения тиражом тысяча и более экземпляров текстов, созданных с помощью компьютеров и (или) хранящихся в их банках и базах данных, а равно в отношении иных средств массовой информации, продукция которых распространяется в виде печатных сообщений, материалов, изображений. Правила, установленные настоящим Законом для радио- и телепрограмм, применяются в отношении периодического распространения массовой информации через системы телетекста, видеотекста и иные телекоммуникационные сети, если законодательством Российской Федерации не установлено иное».

Есть в Законе упоминание и о «специализированном СМИ»: «под специализированным средством массовой информации понимается такое средство массовой информации, для регистрации или распространения продукции которого настоящим Законом установлены специальные правила».

Так, согласно Закону, определение «массовой информации» вполне подходит к информации на сетевых ресурсах, так как содержащиеся на них сообщения предназначены «для неограниченного круга лиц». А поскольку «периодическое распространение массовой информации» является одной из целей многих ресурсов, получается, что любой изредка обновляемый сайт является средством массовой информации.

Кроме того, сетевые СМИ попадают и под правила, установленные для радио- и телепрограмм, как распространяющие массовую информацию через «иные телекоммуникационные сети».

Таким образом, современное законодательство о СМИ не позволяет разрешить проблемы, связанные с идентификацией СМИ.

Обратимся к опыту западных коллег в данной сфере. В США, начиная с 1994–1996 годов, когда появились первые графические браузеры для пользователей (программы для просмотра веб-страниц) и сеть стала явлением массовым, ставится вопрос о признании интернета масс-медиа. Например, в 1996 году в своей статье «Интернет как масс-медиа» [17] («The Internet as a Mass Medium») исследователи университета штата Индианы М. Морис и К. Оган (Merrill Morris и Christine Ogan) ставят вопрос определения интернета как средства массовой информации и приводят свои доводы.

Авторы указывают на то, что многие исследователи теории коммуникации 1980–1990-х годов упорно не хотели признавать интернет средством массовой коммуникации, приравнивая компьютер к телефону, игнорируя идею компьютерной коммуникации как массовой. В своей статье, основываясь на пересмотре понятий массовой аудитории и технологий средств связи, исследователи предлагают новую концепцию – интернета как средства массовой информации. Авторы рассматривают интернет, равно как и все коммуникации посредством компьютера в целом, как новое медиа и предлагают поставить его в один ряд со всеми остальными масс-медиа. Помимо всего прочего авторами ставятся вопросы, связанные с социальной, культурной, технической стороной интернета как масс-медиа.

Итак, М. Морис и К. Оган признают интернет средством массовой информации и объясняют проблему определения его как масс-медиа. Она состоит в том, что невозможно в 100 процентах случаев назвать интернет средством массовой информации, потому как само средство (medium) передачи информации и сама массовость (mass) не определяются точно и должны пересматриваться каждый раз, в зависимости от ситуации. Интернет – это многогранное СМИ, содержащее в себе много видов коммуникаций. Сеть видоизменяет классическую схему стандартной коммуникационной модели «источник-сообщение-получатель», ставя эту схему то в привычные рамки, то в новые конфигурации. Коммуникация в интернете принимает разные формы, от WWW-страниц до электронных писем. Каждое звено в цепочке «источник-сообщение-получатель» может широко варьироваться. Источником может быть как частное лицо, так и группа журналистов, сообщением – журналистский материал или текст сообщения в чате, а получателем – один человек или аудитория, потенциально состоящая из миллионов человек.

Все многообразие коммуникаций между производителями и потребителями информации в интернете сводится авторами в четыре большие группы: а) асинхронная, не совпадающая во времени, коммуникация по типу «один-одному» (посредством электронной почты); б) асинхронная коммуникация по типу «многие-многим» (сервисы Usenet, доски объявлений, листы рассылки); в) синхронная, совпадающая во времени, коммуникация по типу «один-одному», «один-нескольким» или «один-многим», организованная вокруг определенной темы, ролевой игры (MUD, Multi-UserDungeons), в чатах и программах обмена сообщениями, например, в ICQ; г) асинхронная коммуникация, характеризующаяся тем, что получателю необходимо найти сайт для получения доступа к нужной информации, и построенная по принципу «многие-одному», «один-одному» или «один-многим» (Web-сайты, FTP-сайты, gophers).

А Верховный суд штата Нью-Йорк в 1998 году принял беспрецедентное решение: он признал все интернет-сайты, независимо от их содержания и профессионального уровня, средствами массовой информации. Отныне любой автор, публикующийся в сети, считается журналистом и имеет право получать и распространять информацию так же, как это делают сотрудники печатных СМИ [18].

Чтобы прояснить ситуацию, обратимся к значению термина «интернет» и к структуре сети. На термин «интернет» англо-русский словарь предоставляет два варианта перевода – Интернет и интернет.

Internet – сущ.; компьют. Интернет, международная компьютерная сеть;

internet – 1) интерсеть (группа связанных маршрутизаторами сетей, способная функционировать как одна большая виртуальная сеть); 2) межсетевой.

То есть термин «Интернет» обозначает название международной компьютерной сети, а «интернет» – технический характер связи.

А. Соколов конкретизирует это определение, исходя из сущностных функций, присущих сети: «Интернет – глобальная социально-коммуникационная компьютерная сеть, предназначенная для удовлетворения личностных и групповых коммуникационных потребностей за счет использования телекоммуникационных технологий» [19].

Энциклопедия «Яндекса» дает такое определение: «Интернет – глобальная информационная система, части которой логически взаимосвязаны друг с другом посредством единого адресного пространства, основанного на протоколе TCP/IP. Интернет состоит из множества взаимосвязанных компьютерных сетей и обеспечивает удаленный доступ к компьютерам, электронной почте, доскам объявлений, базам данных и дискуссионным группам» [20].

Опять-таки, отметим, что только «обеспечивает», то есть термин «интернет» указывает на технологию связи. А сама коммуникация проходит с помощью сервисов, которые предоставляются интернетом. Наиболее распространенными интернет-сервисами являются: хранение данных; передача сообщений и блоков данных; электронная и речевая почта; организация и управление диалогом партнеров; предоставление соединений; проведение сеансов; видео-сервис. Все эти сервисы предоставляются службами интернета. Рассмотрим наиболее распространенные из них.

Электронная почта (e-mail) – относится к системе индивидуальной коммуникации, позволяет создавать и пересылать электронные письма от источника одному или нескольким получателям. Это первая и наиболее распространенная служба интернета.

Группы новостей USENET, или телеконференции – коллективная коммуникационная система, своего рода клуб для общения людей с общими интересами. Сетевые новости – это вторая по распространенности служба. Если электронная почта передает сообщение по принципу «от одного-одному», то сетевые новости передают сообщения «от одного-многим». Посланное сообщение распространяется, многократно дублируясь, по сети, достигая за довольно короткие сроки всех участников телеконференций во всем мире.

Списки рассылки (maillists) – служба также работает по принципу «от одного-многим» и заключается в пересылке тематических сообщений всем желающим (подписчикам) через электронную почту. Идея работы списка рассылки состоит в том, что существует некий адрес электронной почты, который на самом деле является общим адресом многих людей – подписчиков этого списка рассылки. Посылая сообщение на этот адрес, его получат все подписчики списка рассылки по данной теме.

Чаты (Internet Real Chat – беседа через интернет) – интерактивная система коллективной коммуникации, поддерживающая письменные дискуссии в режиме реального времени. Служба чата используется как в развлекательных целях, так и для проведения серьезных международных дискуссий. Данная служба похожа на Usenet, но обмен сообщениями в ней ведется без задержек.

Служба ICQ («I seek you», в пер. с англ. – «Я тебя ищу») – служба, которая позволяет пользователям сети обмениваться сообщениями в реальном масштабе времени, а также организовывать чат, передавать файлы и многое другое.

Служба FTP (File Transfer Protocol – протокол передачи файлов) – это служба, позволяющая осуществлять копирование файлов (программ, видео-, аудиофайлов, документации и т. п.) в режиме реального времени как с удаленного компьютера на свой, так и наоборот.

WWW, служба глобального соединения («World Wide Web», в пер. с англ. – «всемирная паутина») – это система организации информации в интернете, которая позволяет объединять в одном структурированном документе (Web-странице) информационные элементы различного происхождения (текст, изображение, звук), а также включать в любой документ ссылки на другие документы, расположенные в произвольных местах сети (гиперссылки). Набор Web-страниц, связанных между собой ссылками и предназначенных для достижения единой цели, называется Web-сайтом. На сегодняшний день это самый популярный и удобный сервис интернета, позволяющий получать доступ к информации на любых серверах, подключенных к сети, во всем мире. Именно ресурсы WWW – есть тот гигантский массив данных, благодаря которому интернет получил заслуженную популярность. Ссылки WWW указывают не только на документы, специфичные для самой WWW, но и на прочие сервисы и информационные ресурсы интернета. Таким образом, программные средства WWW являются универсальными для различных служб сети.

WWW-технология доступа к ресурсам появилась лишь в 1991 году, когда была разработана технология гипертекстовых документов – World Wide Web. Создателем технологии является Тим Бернерс-Ли (Tim Berners-Lee). Изобретения Бернерса-Ли – гипертекстовый протокол передачи данных (HTTP) для связи между документами, гипертекстовый язык разметки (HTML), универсальная система поиска адресов (URL) документов и интернет-браузер – открыли дорогу к информации десяткам миллионов людей. В настоящее время технология WWW настолько популярна, что многие пользователи сети путают сервис WWW и глобальные сети в целом. Необходимо отметить, что большая часть информационных документов, в том числе сетевые версии традиционных газет и собственно сетевые издания используют для трансляции именно службу WWW.

Итак, разнообразие возможностей и функций служб интернета показывает, что неправомерно относить интернет в целом к средствам массовой информации. Интернет – это технология организации каналов передачи информации (с помощью различных служб), основанная на цифровом способе передачи данных между компьютерами всего мира.

Оптимальной средой для сетевых СМИ является служба интернета – WWW. Именно гипертекстовая технология, изменившая способ представления и организации информации в сети, повлияла на развитие и распространение сетевых СМИ.

Основополагающими свойствами WWW-технологии для развития СМИ в сети, с нашей точки зрения, являются: возможность графического представления информации на странице веб-браузера; использование гиперссылок для связи различных блоков информации (ссылки на другие информационные ресурсы, на файлы с аудио- и видеоинформацией). WWW-технология является также связующим звеном и между другими службами интернета (электронной почтой, досками объявлений и др.).

Именно гипертекстовость, с нашей точки зрения, является определяющим свойством сетевых изданий. Она коренным образом влияет на организацию информации, способ работы в сети. Именно из этого свойства вытекают основные преимущества сетевых изданий – интерактивность, возможность поиска, использование архивов и др.

Помимо глобальной сети Интернет можно выделить локальные, корпоративные сети интранет, представляющие собой уменьшенную модель интернета для какого-либо предприятия, организации.

Интранет – распределенная корпоративная вычислительная сеть, предназначенная для обеспечения теледоступа сотрудников к корпоративным информационным ресурсам и использующая программные продукты и технологии Интернет. Интранет позволяет контролировать доступ к корпоративной информации [21].

Практически в каждой организации компьютеры объединены в локальную сеть (интрасеть). Функционирование корпоративных сайтов в интранете может служить аналогией корпоративной прессы и быть хорошим средством трансляции корпоративной культуры и повышения внутренней коммуникации. Так, внутренний сайт Erricsson является для сотрудников важнейшим средством доступа и распространения корпоративной информации. Другой пример – корпорация IBM провела с помощью внутреннего веб-сайта онлайновое производственное совещание, в котором приняли участие примерно 50 тысяч сотрудников корпорации, работающих в разных странах мира [22].

Способ передачи информации также базируется на технологии гипертекстовой разметки WWW.

Теперь перейдем к проблеме обозначения данного явления. Достаточно четкого и всеми приемлемого определения понятия, относящегося к СМИ в глобальной сети, пока не установлено. Нередко случается, что порожденное научно-техническим прогрессом явление уже обретает материальную, вещественную оболочку и широко применяется в массовой практике, а ни его сущность и значение, ни адекватное название пока не найдены. Как отмечает С.Г. Корконосенко, «в мире телекоммуникаций противоречия и парадоксы такого рода имеют языковую (терминологическую), юридико-правовую и профессионально-прикладную природу»[23].

Исследователями, специалистами, авторами используются самые разные термины для определения данного понятия: «Интернет-СМИ», «интернет-СМИ», «онлайновые СМИ», «on-line СМИ», «e-СМИ», «электронные СМИ», «сетевые СМИ», «веб-СМИ», «масс-медиа российского Интернета», «четвертое СМИ», пришедшее с запада «e-media», «online-media» и т. п.

Причем в текстах эти термины употребляются авторами как синонимы. Как правило, каждый автор тяготеет к какому-то одному определению, однако это не мешает использованию сразу нескольких терминов в одном тексте. Соответственно рождаются самые разные термины для определения журналистики в интернете: «Интернет-журналистика», «интернет-журналистика», «электронная журналистика», «веб-журналистика», «новая журналистика», «high-tech журналистика», «кибержурналистика», а бывает и такое – «сетевая Интернет-журналистика» и т. п. Наиболее изобретательные придумывают новые названия данного явления, например, «сетелистика»[24]. Как правило, данные термины употребляются в сопоставлении с термином «традиционная журналистика».

Если проследить во времени использование данных понятий, то выделяется определенная закономерность – если в начальный период становления СМИ в сети чаще употреблялся термин «Интернет-СМИ», «Интернет-журналистика», то в последнее время авторы все больше прибегают к употреблению термина «сетевая журналистика». Однако, как уже упоминалось выше, в одном тексте может встречаться сразу несколько обозначений этого понятия.

На Западе понятие сетевой журналистики имеет двойственное значение – технический аспект и содержательный. В первом случае понятие подразумевает рекомендации журналисту по работе в сети по поиску информации, а второе понятие – это собственно журналистская работа в сети по сбору информации, написанию, опубликованию материала. Литература по этой теме также делится на два слоя. Первый, наиболее многочисленный включает в себя книги-каталоги, содержащие советы по организации эффективного поиска информации в интернете, работе с поисковыми системами, каталогами и базами данных. Ни слова о некоей журналистике в сети и ее особенностях. Вторая часть литературы по этой теме касается собственно сетевой журналистики и ее особенностей.

Например, во всемирно известных сетевых книжных магазинах США Amazon.com и Barnes&Nobles.com представлено более 50 изданий по тематике сетевой журналистики. Их можно разделить на две большие группы. Первые (большинство) – это издания, которые можно назвать инструкциями по использованию сети, где даны обзоры сайтов, которые могут быть полезными журналистам, правила пользования поисковыми системами, электронной почтой и т. п. Вторая группа книг малочисленна, но ее отличает качественная информация по исследованиям сетевой журналистики. В этих изданиях рассматривается понятие, различные аспекты сетевой журналистики, ее особенности и проблемы на данном этапе.

Западные авторы употребляют, в основном, термины «новое медиа», «e-медиа», «онлайн-медиа», «WWW-media», «Web-media». Заметим, что термин медиа в английском языке имеет довольно широкое значение. Media – это множественное число от слова medium, которое включает в себя значения «среда», «средство», «способ» [25].

Например, словарь Мерриама-Вебстера так объясняет, что такое масс-медиа: «Это средство коммуникации (как газета, радио или телевидение), предназначенное для охвата народных масс» [26].

Хочется отметить, что как такового употребления «Internet-media» практически не встречается.

С.Г. Корконосенко отмечает, что понятия «электронная версия» или «сетевая газета» передают лишь форму трансляции материалов, но не изменение характера общения посредством компьютера. Он считает более подходящим употребление термина «телекоммуникация», или общение на расстоянии, «поскольку суть новаций заключается в преодолении дистанции между всеми сторонами информационного обмена» [27]. Он отмечает изменение характера информационного обмена – традиционная пресса выходит из плена монологичности, получая возможность, во-первых, стать принципиально интерактивным средством связи между людьми и, во-вторых, налаживать диалог на неограниченно большом удалении от аудитории. Тем самым она становится однопорядковым явлением с телевидением, телефоном, электронной почтой и т. п., но уже как средство телекоммуникации. Стало быть, и называться она должна иначе – например, телегазета или телекоммуникационная пресса [28].

Е. Вартанова подчеркивает, что наиболее отвечают сути понятия цифровые (digital) и интерактивные мультимедиа (гипермедиа), сочетающие одновременно текст, звук и образ (как статичный, так и движущийся); позволяющие, хотя и в разной степени, осуществлять интерактивную коммуникацию; «привязанные» к экрану – компьютерному или телевизионному [29].

В энциклопедии Яндекса (http://encycl.yandex.ru) обнаруживаем скорее не определение, а объяснение понятия «интернет-СМИ», процитируем его полностью: «Интернет можно рассматривать как медиа-среду, аналогичную телевидению, радио и прессе. В интернете существуют свои средства массовой информации, общие и отраслевые. Некоторые из них зарегистрированы как обычные СМИ, но это пока скорее исключение, чем правило. Под интернет-СМИ (e-media) понимается регулярно обновляемый информационный сайт, пользующийся определенной популярностью и авторитетом (имеющий свою постоянную аудиторию). Большинство интернет-СМИ обновляется ежедневно или даже непрерывно в течение дня. Благодаря этой оперативности интернет-СМИ часто используются в качестве источников информации для обычных СМИ. Многие обычные (“оффлайновые”) газеты и журналы имеют свои представительства в интернете. Они часто выкладывают там материалы своих выпусков, а иногда даже делают самостоятельное интернет-издание.

Опросы показывают, что доверие интернет-аудитории к информации, полученной из интернете, выше, чем доверие к другим информационным носителям. Поэтому работа с интернет-СМИ является важной составляющей PR-компании (см. PR в интернете)» [30].

Обратимся к юридическому определению данного понятия. Отметим тот факт, что вплоть до 2000 года в свидетельствах о регистрации сетевых СМИ в качестве типа издания указывалось «Иное» [31].

31 августа 2001 года был принят Проект постановления о государственной регистрации средств массовой информации, использующих для распространения информации глобальные информационные сети («сетевых СМИ») и проект положения о порядке регистрации.

Так, в п. 2.1 Проекта постановления впервые юридически определено понятие сетевого СМИ: «под сетевым средством массовой информации понимается размещаемая в электронной форме в Интернете (и сетях) совокупность периодически обновляемых информационных сообщений и материалов, предназначенных для неопределенного круга лиц. Размещаемые в Интернете и иных глобальных информационных сетях информационные сообщения и материалы рассматриваются как периодические, если производится (предполагается) их полное или частичное обновление не реже одного раза в год».

Ясности данное определение не вносит, получается, что любой сайт, обновляемый полностью или частично хотя бы один раз в год причисляется к средству массовой информации.

Например, И.В. Кузнецов определяет Интернет-медиа как СМИ, не имеющие печатных аналогов [32]. Просто и незамысловато.

При обозначении понятия СМИ в глобальных сетях термины «цифровой», «онлайн», «электронный», «сетевой», «Интернет», «интернет», «WWW», «веб», «кибер» используются как синонимы. Безусловно, все эти термины относятся к области телекоммуникаций, однако значения их различаются. Рассмотрим значение каждого из них и попытаемся найти обозначение термина, наиболее адекватно отражающего суть явления.

Термин «цифровой» обозначает способ передачи данных. То есть, получается, что «цифровые СМИ» – это СМИ, использующие цифровой способ передачи данных.

«Онлайн» обозначает сеанс коммуникации в режиме реального времени. Термин характеризует состояние подключения пользователя к глобальной сети. Пока установлено соединение с глобальной сетью, пользователь находится в состоянии «онлайн», когда соединение разрывается, то состояние становится «оффлайн». Термин обозначает синхронный обмен информацией в реальном времени в сетевом информационном пространстве.

Иногда употребляется понятие «электронные СМИ». Наиболее широкое распространение термин «электронная газета» получил в 90-е годы: электронной газетой фактически стали считать воспроизведенные на экране тексты с более или менее оперативной информацией [33]. Однако к электронным СМИ относятся и телевидение, и радио, поэтому это слишком широкий термин для определения данного понятия.

Понятие «сетевые СМИ» произошло от термина «сеть». Данный термин в свою очередь подразумевает две группы сетей: 1) локальную (от двух и более машин); 2) Интернет как «сеть сетей». Таким образом, при употреблении понятия «сетевые СМИ» указывается среда, в которой существуют СМИ. Такое же значение имеет понятие «интернет-СМИ», так как «интернет» в таком написании также обозначает «межсетевой», «интерсеть».

Термин «Интернет-СМИ» образовался от названия одной из самых популярных в мире сетей (логическим продолжением будет образование терминов «Фидонет-СМИ», «Интернет-2-СМИ», «Милнет-СМИ» и т. п.).

«WWW», «веб» – указывает на одну из служб Интернета.

Употребление обозначения «кибер-СМИ» обосновано тем, что «cyber» – «кибер» – общий термин, относящийся к миру сетей, а «cyberspace» – «киберпространство» – среда или пространство, образуемое совокупностью компьютерных сетей. Термин введен Уильямом Гибсоном в книге «Неоромантик» («Neuromancer»). Киберпространство по-своему структурировано, и определенные протоколы передачи данных «могут функционировать лишь в своей собственной части киберпространства» [34] Данный термин отражает характер среды, в котором происходит коммуникация.

Итак, подытожим. Термины «цифровой», «онлайн», «электронный» определяют какую-либо одну сторону существования СМИ в глобальной сети. Цифровой указывает на способ передачи данных, «онлайн» - на то, что сеанс коммуникации идет в реальном времени, «электронный» указывает на форму представления информации. Все они, безусловно, верны, но не характеризуют суть явления целиком. Термин «Интернет» указывает на одну из сетей глобального пространства, соответственно «Веб», или «WWW» указывает на одну из служб Интернета.

Наиболее точными являются термины «сетевые СМИ», «кибер-СМИ» и «интернет-СМИ». Как видно из определений, все они отражают сетевой характер коммуникации и среду существования СМИ. Использование этих терминов представляется нам наиболее оправданным. Наиболее часто употребимым в настоящее время является термин «сетевые СМИ».

**Список литературы**

1. Абдеев Р.Ф. Философия информационной цивилизации. – М., 1994. – С. 95.

2. Акопов А.И. Глобальное средство массовой информации // Мир медиа XXI. – 1999. – № 1. – http://www.npi.ru/NEW/ mi~media/99\_l/index.htm

3. Там же.

4. Акопов А.И. Электронные сети как новый вид СМИ // Филологический вестник РГУ. – 1998. – № 3. – С. 43-51.

5. Акопов А.И. Типологические признаки сетевых изданий // Акценты. – 1999. – № 1. – С. 22-27.

6. Акопов А.И. Электронные сети как новый вид СМИ // Филологический вестник РГУ. – 1998. – № 3. – С. 43-51.

7. Ворошилов В.В. Журналистика: Учебник. – 2-е изд. – СПб.: Изд-во В.А. Михайлова, 2000. – С. 56.

8. Там же. – С. 57.

9. См. Чадаев А. Иллюзии русского интернета: интернет-СМИ // Русский Журнал. – 2001. – 10 апр.; Давыдов И. Книга вымышленных существ // Независимая газета. – 2001. – № 26. – 14 февр.; Корконосенко С.Г. Основы журналистики: Учебник для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2002. – С. 102.

10. Давыдов И. Книга вымышленных существ // Независимая газета. – 2001. – № 26. – 14 февр.

11. Корконосенко С.Г. Основы журналистики: Учебник для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2002. – С. 102.

12. Раскладкина М.К. Сетевая пресса как объект коммуникативных исследований // Сб. научных трудов «Теория коммуникации & прикладная коммуникация». Вестник Российской коммуникативной ассоциации. – Ростов-на-Дону, 2002. – Вып. 1.

13. Раскладкина М.К. Сетевая пресса как объект коммуникативных исследований // Сб. научных трудов «Теория коммуникации & прикладная коммуникация». Вестник Российской коммуникативной ассоциации / Под общей редакцией И.Н. Розиной. – Ростов-на-Дону: ИУБиП, 2002. – Вып.1. – C. 128-133.

14. Там же. – С. 223-224.

15. Там же. – С. 225.

16. Носик А. СМИ русского Интернета: теория и практика // Журнал «Мир Internet». – http://www.iworld.ru/ #4 (67) апрель 2002.

17. Morris, Merrill and Ogan, Christine. The Internet as a Mass Medium // Journal of Communication. – 1996. – № 46(1). – Р. 39-50;

Morris, Merrill and Ogan, Christine. The Internet as a Mass Medium // Journal of Computer-Mediated Communication. – Vol. 1. – No. 4. – March, 1996. – http://www.ascusc.org/jcmc/vol1/issue4/morris.html

18. В США интернет-журналистика признана юридически // По материалам Washington ProFile. – http://www.sibnet.tm

19. Соколов А.В. Метатеория социальной коммуникации. – СПб., 2001.

20. http://encycl.yandex.ru

21. http://www.glossary.ru/cgi-bin/gl\_sch2.cgi?RItylwtly

22. Быченков А. PR, загнанный в сеть. // PR-диалог. – 6 (17) 2001 – 1 (18) 2002. – С. 70-72.

23. Корконосенко С.Г. Парадоксы нормативности в мире телекоммуникаций // Периодическая печать на пороге электронной эры: Материалы науч.-пракг. семинара «Современная периодическая печать в контексте коммуникативных процессов (мультимедиа и газета завтрашнего дня)» (17-18 марта 1999 года, Санкт-Петербург) / Отв. ред. Б.Я. Мисонжников. – СПб.: С.-Петерб. гос. ун-т, 2000. – С. 43.

24. Смирнов Д. Сетелистика // «NovoCybersk, Spectator». – 17.05.99. – http://www.vn.ru/990517/0517-26-29.html

25. Англо-русский словарь / Сост. проф. В.К. Мюллер. – М., 1961. – С. 619.

26. http://www.m-w.com/cgi-bin/dictionary?book=Dictionary&va=mass+media

27. Корконосенко С.Г. Основы журналистики: Учебник для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2002. – С. 102.

28. Корконосенко С.Г. Парадоксы нормативности в мире телекоммуникаций // Периодическая печать на пороге электронной эры: Материалы науч.-пракг. семинара «Современная периодическая печать в контексте коммуникативных процессов (мультимедиа и газета завтрашнего дня)» (17-18 марта 1999 года, Санкт-Петербург) / Отв. ред. Б. Я. Мисонжников — С.-Петербург: С.-Петерб. гос. ун-т. 2000. — C. 43-44

29. Вартанова Е. В. Новые СМИ в России: перспективы и проблемы развития. // В кн. Новые технологии и развитие СМИ в России и Германии. New Technologien und die Entwicklung der Medien in Rusland und Deutsland. Frankfurt am Main: IMK. 1998

30. http://encycl.yandex.ru

31. Носик А. СМИ русского интернета: теория и практика // Интернет для журналиста / Под ред. А. Носика, С. Кузнецова. М.: Галерея, 2001.

32. И.В. Кузнецов «История отечественной журналистики (1917-2000)»: учебный комплект. – М.: Флинта: Наука, 2002. – С. 592-593

33. Мисожников Б.Я. Электронная газета // Периодическая печать на пороге электронной эры: Материалы науч.-пракг. семинара «Современная периодическая печать в контексте коммуникативных процессов (мультимедиа и газета завтрашнего дня)» (17-18 марта 1999 года, Санкт-Петербург) / Отв. ред. Б.Я. Мисонжников. – СПб.: С.-Петерб. гос. ун-т, 2000. – С. 53.

34. Рэддик Р., Кинг Э. Журналистика в стиле он-лайн: использование Internet и других электронных ресурсов / Пер. с англ. – М.: Вагриус; Национальный ин-т прессы, 1999. – С. 401, 115.