# Интернет-СМИ в новом ракурсе

Болгов К.Н.

Интернет является одним из ведущих и самых перспективных видов массовой коммуникации. Сеть обладает значительными возможностями для увеличения обмена информацией и интенсивности общения. Помимо традиционных медиа-средств ныне активно формируются новые направления Интернет-медиа.

Так, совсем недавно в лексикон современного человека вошло понятие Интернет-газета. Для постоянных пользователей сети данный вид СМИ оказался очень удобен. Интернет-газета доставляется своему читателю, минуя посредников. Кроме того, электронная «лента новостей» является образцом оперативности. Потребителю доступен также и архив новостей, в таких архивах уже находится огромный запас информации. Однако модернизированная газета осталась принципиально тем же, вполне традиционным видом СМИ, у которого лишь сменился носитель.

В настоящее время стало возможным рассмотрение Интернет-СМИ в новом ракурсе. Появился новый сегмент Интернет-медиа. В него входят Комментарии на сайтах, Форумы, Чаты, блоги, обмен сообщениями и ссылками через ICQ и E-mail. Этот сегмент имеет определенную специфику. Он практически не ограничен ни по эфирному времени, ни по языковой грамотности, ни по содержанию. Нет и никаких органов контроля и управления. Такая свобода открывает большие перспективы для участия в обмене информацией массовой аудитории. Скорость развития Интернет так высока, что обычный потребитель информации сегодня становится активным участником медиа-обмена, своеобразным катализатором в межличностной коммуникации. В результате взаимодействия пользователей появляются новые слова и понятия которые выходят из сети в разговорную речь, в реальной жизни актуальными становятся темы, которые до этого обсуждались в форумах. Это даёт нам возможность говорить о востребованности и актуальности нового вида СМИ. Необходимо отметить, что неактуальные сообщения и новости в данном сегменте Интернет-медиа – вещь редкая, ввиду его специфического 109 строения. Большинство пользователей игнорируют неинтересную им информацию, поэтому массовой имеет шанс стать только информация интересная широкому кругу пользователей. Таким образом, решение проблемы, с которой сталкиваются традиционные СМИ, в данном случае происходит самостоятельно. Примером является известный Интернетперсонаж «Медвед»[4] и топик про «Мопэд», имеющий более 300 страниц, которые, как оказалось, интересны и актуальны для людей и являются несомненными лидерами.

Что касается мало востребованной и специфической информации, то для Интернет-медиа важную роль играет поиск. Примером в данном случае служат персональные Интернет-дневники. Информация, которую они содержат, интересует зачастую лишь узкую немногочисленную группу людей, однако для них она очень актуальна. С помощью нужного портала поиск интересующих сведений осуществляется очень просто [2, с. 56]. Существует и альтернативный вариант поиска информации. Вэб-сёрфинг это приём, которым пользуются, когда круг поиска не ограничен информацией в какой-то конкретной области. Данный вид поиска напоминает переключение каналов на телевизоре, но в Интернете обязательно найдется актуальная информация, которая заинтересует пользователя гораздо раньше, чем закончится количество виртуальных кнопок. Итак, одним из выраженных признаков Интернет медиа является актуальность и возможность самостоятельного отбора пользователем информационного материала. Так как критерии отбора абсолютно разные, данный признак является шагом вперед от традиционных СМИ, которые предлагают готовый, законченный информационный материал.

Важнейший составляющий данного сегмента медиасферы является её, условно говоря, творческий характер. Здесь не исключены изменения и дополнения, возможность каждого добавить комментарий (порой острый, шутливый), а часто и недостающий факт. Таким образом, вышеописанный феномен приближается по своим характеристикам к сплетне. На интерактивные новости человек смотрит, как на рассказ такого же, как и он человека, иногда к ним возникает даже больше доверия, чем к официальным новостям [4, с.102]. Блоги предоставляют уникальную возможность опубликовать актуальную информацию связанную лично с пользователем. Некоторые из них пользуются большой популярностью обычно по причине известности автора. Многочисленной группе пользователей не менее важен сам процесс обсуждения, в котором выясняются различные нюансы, достоверность новости каждый определяет для себя самостоятельно: в форумах, например, это упрощает рейтинг репутаций. В данном случае возможность самореализации и не высокие ограничения выходят на первый план. Естественно, что все вышеперечисленные черты очень привлекательны для массовой аудитории [3, с. 42].

Многочисленные положительные стороны не исключают отрицательных моментов. Самый серьёзный из них – зависимость от Интернет-медиа. Вместе с тем, что новости в нем не всегда соответствуют 110 действительности, это может быть сильным инструментом для распространения дезинформации, разжигания конфликтов на различных почвах, подстрекательства. Еще не известно, на что способен профессионал в области психологии с актуальными знаниями о данном сегменте медиасферы. К счастью пока никакого серьёзного феномена в этой области не наблюдалось, далее ещё будет сказано о психологическом влиянии. Менее опасное, однако, более распространенное зло – спам, о котором известно всем, но против него еще не изобретено эффективных методов борьбы. Спам – движущая сила интернет маркетинга, в нем используются методы психологического давления, о котором ранее упоминалось. Проблема лишь в определении законности той или иной распространяемой информации. Так как описываемый сегмент Интернет-медиа пока мало изучен, его использование в противозаконных целях пока затруднительно. Возвращаясь к зависимости от данного вида коммуникации, отметим, что она сама по себе является негативным признаком, но рекламодатели уже научились извлекать из этого прибыль, поэтому проблему пока трудно объективно оценить. Следует отметить, что некоторые другие негативные признаки мы не берем во внимание: проблемы связанные в частности с утомлением глаз присущи и другим видам СМИ. Также в виду того, что количество людей, имеющих доступ в Интернет, растет очень быстро, мы не рассматриваем проблему доступности данного медиасегмента.

Подведем краткий итог. Бурный рост СМИ на базе сети Интернет открывает широкие возможности, как для получения, так и для распространения информации. С помощью нового сегмента Интернет-медиа появилась возможность наиболее полно использовать возможности сети. Обмен информацией становится более оптимизированным, она более доступна, а общение более интенсивно. За счет высокой интерактивности, за счет отсутствия жёстких ограничений и за счет творческого характера новые Интернет-СМИ позволяют участникам медиа-обмена использовать свой созидательный потенциал. Они имеют и определенные негативные черты, как общие с другими СМИ, так и специфические: интернет-зависимость, психологическое давление. Предполагаем, что в перспективе продолжится активное развитие данного сегмента медиасферы. Среди прочих средств массовой информации он, несомненно, займет подобающее ему место.

**Список литературы**

1. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. – М., 2001. – 686 c.

2. Почепцов Г.Г. Имиджеология. – К.-М., 2000. – 502 c.

3. Франкл Дж. Археология ума. – М., 2007. – 230 c.

4. http://www.fotograёya.ru/other/preved.htm.