

УДК 004. 738. 5: 316. 774

Сірачук С.,*студентка спеціальності «документознавство та інформаційна діяльність»,
Національний університет «Острозька академія»*

ОСНОВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ІНТЕРНЕТ-ЗМІ

У статті визначено поняття та критерії типологізації Інтернет-ЗМІ в структурі сучасного інформаційного простору. Встановлено специфіку функціонування блогів як суто мережевих видів розповсюдження інформації.

Ключові слова: засоби масової інформації, Інтернет-журналістика, блог, Інтернет-повідомлення, Інтернет-телебачення, Інтернет-радіо, Інтернет-преса.

The article defines the concept and typology criteria of online media in the structure of modern information space. It was establish specificity of functioning blogs as pure species of information distribution.

Удосконалення мережі, а найголовніше її унікальна можливість оперативного доносити інформацію до аудиторії в будь-якому куточку світу, використовуючи властивості різних традиційних засобів масової інформації, спричинили виникнення новітнього ЗМІ – Інтернет-журналістики. Враховуючи швидкий прогрес наукової думки, найближчими десятиліттями Інтернет мас-медіа займуть одне з провідних місць, а можливо й перше, серед традиційних джерел інформації.

На сучасному історичному етапі виникла нагальна потреба підготовки спеціалістів у галузі Інтернет-медіа. Саме тому дисципліна «Інтернет-журналістика» входить до навчальних планів (зокрема уже існує в Інституті журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка) та вимагає ретельних та детальних досліджень, що є основною ознакою безсумнівної актуальності [10].

Інтернет-журналістика як феномен виникла у Сполучених Штатах Америки. Як приклад, 1994 року 57% щоденних газет США були підключені до електронної мережі, що дозволяло здійснювати широкий обмін базами даних. До першої трійки країн за числом користувачів Інтернет-журналістики на сьогодні входять США, Китай і Японія [11]. Сьогодні кількість електронних версій світових друкованих мас-медіа збільшується.

Проте в Україні немає жодного зареєстрованого Інтернет-видання, яке б функціонувало на таких самих засадах, з такими ж правами, як і друковане видання. Найперша проблема українських Інтернет-ЗМІ – те, що вони є суто інформаційними виданнями. Іншою проблемою також може бути те, що існує значна кількість критеріїв за якими типологізуються Інтернет-ЗМІ. Проте ці типологічні ознаки не дають чіткого уявлення про специфіку функціонування кожного виду Інтернет-ЗМІ

З огляду на вище сказане, доцільно запропонувати такі засади типологізації Інтернет-ЗМІ: жанрове наповнення, різновид (природа) інформації, оперативність, а також аналогія з традиційними оффлайновими ЗМІ, та охарактеризувати кожен з типів[9].

Інтернет-телебачення. Такими ЗМІ варто називати сайти, що їхньою основною функцією є поширення суспільно значущої масової інформації аудіо-візуального типу, яке здійснюється через відео-файли або файли перегляду передач у реальному часі. У цих сайтах можуть зберігатися й потужні потоки друкованої та аудіо-інформації, однак головний смисловий акцент надається саме відео-файлам.

Наразі сайтів, що їх можна було б назвати Інтернет-телевізійними, небагато: до таких можна (досить умовно) віднести сайт «5 канал» (адже тут наявна значна кількість відео-файлів, проте не можна однозначно стверджувати, що відео-інформація виразно домінує над друкованою)[11]. Сайти інших телекомпаній так само додаються до такого означення не беззаперечно. Тим не менше, розвиток Інтернет-телебачення зумовлюється зростанням кількості, якості доступності аудіовізуальної інформації. На користь майбутнього розвитку Інтернет-телебачення в Україні свідчить те, що воно вже досить широко представлено в іноземних сегментах мережі.

Інтернет-радіо. Сайти, присвячені переважно поширенню аудіо-інформації, масової та соціально актуальної. Аудіо-інформація в українському Інтернеті більш доступна, адже звуковий файл має менший розмір, ніж аудіовізуальний. Першими масовими аудіо-матеріалами українського сегменту Інтернет, можна вважати так звані «записи Мельниченка» [9], що з'явилися восени 2000 року у вигляді звукових файлів на дуже багатьох сайтах. Найвідомішими сайтами Інтернет-радіо в Україні були «Громадське радіо» та «Радіо Панорама», нині ці проекти не функціонують. Вони містили звукові файли з записами передач, друковані версії тих передач, а також програми, що дозволяли прослуховувати передачі у режимі реального часу. Суто мережевих Інтернет-радіо, які не мають оффлайнових аналогів, на відміну від

сайтів Інтернет–телебачення, нині досить багато. Переважно – це музичні радіостанції, як-от «Музон» (www.muzon.com), «Ненаше радіо» (www.nenashe.te.ua), «Галактика» (www.galaktika.kiev.ua) тощо [12].

Інтернет-преса. До цієї групи доцільно віднести Інтернет-ЗМІ, що збирають та поширюють друковану соціально значущу масову інформацію. Слід зазначити умовність і неоднозначність застосування тут термінів «друкована інформація», «друкований ЗМІ» тощо. У журналістикознавстві традиційно прикметником «друкований» позначають ті органи масової інформації, що виходять на папері й мають статичний вигляд. На нашу думку, до друкованої інформації в Інтернеті найчастіше можна відносити й фотографії та малюнки, коли вони не є предметом відеозображення. Таким чином, пропонуємо вважати Інтернет-пресою сайти, які збирають та поширюють соціально значущу масову інформацію переважно у вигляді статичного тексту з літер, фотографій та малюнків. Інтернет-пресу можна поділити на дві морфологічні групи: Інтернет-газети та Інтернет-журнали [9].

Інтернет-газети доволі поширений термін. Так, 18 жовтня 2010 року пошукова система „Google” надала за запитом „Інтернет-газета” близько 10 800 000 сайтів із використанням даного словосполучення українською мовою. Англійською мовою – близько 101 000 000 результатів, російською – близько 8 870 000. Проте 16 березня 2006 року пошуковою системою „Google” було надано за даним запитом близько 5380 сайтів українською мовою. Англійською мовою – близько 43300 результатів, російською – близько 401000 [9].

Прикладами українських веб-сайтів, що декларують себе інтернет–газетами, є „FogUm”, „Версии.com”, „ТАК!”, „Вголос” тощо [11].

При цьому не існує єдиного наукового визначення поняття «Інтернет-газета». Названі сайти об'єднує переважно журналістський характер інформаційного наповнення, поновлення матеріалів від одного разу на добу до кількох разів на годину, поєднання інформаційних, аналітичних та публіцистичних жанрів у співмірних пропорціях, переважання текстової інформації (за можливої наявності й аудіо– або аудіовізуальної інформації). Пропонуємо вважати інтернет-газету сайтом, присвяченим в основному збиранню та поширенню масової соціально значущої переважно друкованої інформації про події та явища суспільно-політичного, економічного і культурного життя, втіленої переважно у співмірно представлених жанрах інформаційної, аналітичної та художньо-публіцистичної груп; сайт поновлюється не рідше, ніж один раз на добу [10].

Інтернет-журнали. Цей термін в українському сегменті Інтер-

нету застосовується рідше: пошуковий сайт «Google» дає близько 672 посилань за запитом «Інтернет-журнал». Одним із них є «Новий український огляд» (www.nuo.org.ua). Редакція «Нового українського огляду» стверджує, що саме

їх сайт, заснований 15 жовтня 1998 року, є першим в Україні Інтернет-журналом. Також як інтернет-журнали подаються сайти «NUKE-UA» (www.nuke-ua.com), «Аксиома» (www.aksioma.lviv.ua), «Біла Церква – онлайн» (www.blogbc.com.ua), «Інформаційні технології. Аналітичні матеріали» (www.it.ridne.net) тощо. Спільними рисами цього виду Інтернет-ЗМІ можна назвати такі: переважання аналітичних та художньо-публіцистичних жанрів за умови доступності й досить значного обсягу новинарної інформації; періодичність, яка рідко перевищує одне поновлення на добу [10]. Пропонуємо визначити Інтернет-журнал як переважно друкований Інтернет-ЗМІ, а його основне завдання – збирання та поширення суспільно актуальної тематично обмеженої масової інформації, втілення її переважно в аналітичних та художньо-публіцистичних жанрах; Інтернет-журнал поновлюється кілька разів на добу і рідше.

Метою дослідження інформаційного простору саме Інтернет мережі є вивчення специфіки функціонування та сучасного стану блогосфери, які є одними із найпопулярніших на сьогодні суто мережевим видом розповсюдження інформації.

Блог (також блог, англ. blog, від web log, «мережевий журнал чи щоденник подій») – це веб-сайт, головний зміст якого – записи, зображення чи мультимедіа, що регулярно додаються. Згідно з результатами останніх досліджень, понад 25 млн. жителів європейських країн змінювали своє ставлення до тієї чи іншої компанії та її продуктів після ознайомлення з коментарями або з відгуками про неї в блогах [8]. Крім того, за даними аналітиків, блоги займають друге місце після газет як джерело інформації, що користується найбільшою довірою. Близько 25% європейців вважають блоги джерелом інформації, що заслуговують довіри, 30% опитаних довіряють переважно газетам, 17% – телевізійній рекламі і 14% – рекламним розсилках по електронній пошті [8].

За оцінками аналітиків, шість з десяти Інтернет-користувачів в Європі хоча б один раз чули про блоги і 17% користувачів читали «живі» щоденники. Як відзначають експерти, інформації розміщеної в блогах довіряють переважно заможні люди. З тих, хто витрачає більше 100 євро на місяць на покупки в Інтернет-магазинах, 30% орієнтуються в пошуку інформації про товари і послуги саме на блоги. При цьому

найбільше довіряють блогам у Франції – 90% опитаних у цій країні знайомі зі змістом яких-небудь «живих» щоденників. У той же час, наприклад, у Німеччині тільки 55% опитаних користувачів Інтернету чули про блоги, в Італії цей показник становить 58%, а в Іспанії – 51% [10]. Щодо української блогосфери, то вона налічує 122 тис. українських блогів. З них 7% (9 тис.) ведеться українською мовою. Українські блоги визначалися за вказаним географічним положенням, а також блоги українською мовою у всіх доменних зонах. Українська блогосфера за рік виросла в 2,5 рази (також, як і російські). Українські блогери активніше, ніж російські: роблять на місяць 7 записів (росіяни – 5 записів). Також було проведено опитування і створено середній портрет російського блогера та українського. Росіяни бачать середньостатистичного блогера, як дівчину 21 року, що живе в Москві (64% блогів ведуть дівчата). Портрет середньостатистичного українського блогера – це пара: дівчина 20 років і чоловік 27 [11].

Надзвичайна популярність блогів зумовлена двома головними обставинами. По-перше, публікувати інформацію в Інтернеті за допомогою блогів досить легко – фактично, створення нового посту зводиться до набирання його тексту у відповідному полі та відправки його на сервер шляхом натисканням кнопки «Публікувати» (англ. – Publish) або подібної, і все, після цього пост зберігається на сервері, який автоматично формує веб-сторінки, різні посилання, додає стиль форматування, тощо (такі серверні програми називаються системами управління змістом – англ. – Content Management Systems або CMS). Тому користуватися блогом не важче, ніж простим текстовим редактором [8].

По-друге – це моментальна доступність в Інтернеті опублікованої інформації, тим більше, що існують декілька безкоштовних блогівих платформ (наприклад Wordpress або Livejournal), де будь-хто може зареєструватися та вести свій блог. Блоги періодично скануються Інтернет-пошуковиками, такими як Google, Yahoo!, та ін. [10].

Проте при використанні як блогів, так і інших видів подання інформації у Інтернет-журналістиці з різних причин може бути проблематичним. Для ефективного регулювання та усунення проблем в новітній інформаційній діяльності варто впровадити нормативно-законодавчу базу, що б чітко визначала рамки та межі дозволених дій. Варто ввести обмеження та цензуру у Інтернет-журналістику, що в свою чергу не дозволить новітнім засобам інформації абсолютно монополювати український інформаційний простір. Але ЗМІ зі своєї сторони варто: активно і систематично висвітлювати питання

прав людини в Інтернет-ресурсах. Адже для того, щоб людина регулярно та систематично читала певний вид «Живого Журналу» варто зацікавити її увагу систематизованими появами на сторінках даного журналу тих питань і проблем, що є найактуальнішими та найболючішими для кожного споживача даного ресурсу. [9].

Отже, саме з мобільності та доступності блогів впливає їх значна роль у творенні інформаційного суспільства, реалізації свободи слова, розвитку українських Інтернет-ЗМІ, боротьбі за права людини у світі, та й просто у комунікації та обговоренні будь-яких ідей поміж людьми.

Література:

1. Конституція України [текст]: Закон України, 28 черв. 1996 р. // Відомості Верховної Ради (ВВР). – 1996. – № 30. – Ст. 141.
2. Про інформацію [текст]: Закон України, 2 жовт. 1992 р. // ВВР. – 1992. – № 48. – Ст. 650.
3. Про захист інформації в автоматизованих системах [текст]: Закон України, 5 лип. 1994 р. // ВВР. – 1994. – № 31. – Ст. 286.
4. Про науково-технічну інформацію [текст]: Закон України, 25 черв. 1993 р. // ВВР. – 1993. – № 33. – Ст. 345.
5. Про національну програму інформатизації [текст]: Закон України, 4 лют. 1998 р. // Уряд. кур'єр. – 1998. – 12 берез.
6. Іванов В.Ф. Журналістська етика [текст]: підр. / В.Ф. Іванов, В.Є. Сердюк. – К.: Вища шк., 2006. – 255 с.
7. Машкова, С.Г. Інтернет-журналістика [текст]: учебное пособие / С.Г. Машкова. – Тамбов : Изд-во тамб. гос. техн. ун-та, 2006. – 80 с.
8. Амзин А. Новостная интернет-журналістика [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kebati.ru/journ/journ/>. – Заголовок з екрану
9. Коцарев О. О. [електронний ресурс]. – Режим доступу: www.sputnikmedia.net/. – Заголовок з екрану
10. Онлайнова журналістика – [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://internet-journalism.blogspot.com/>. – Заголовок з екрану
11. Віртуальна бібліотека навчальних матеріалів з журналістики [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://evartist.narod.ru/journ.htm>. – Заголовок з екрану.
12. Віртуальна бібліотека навчальних матеріалів з журналістики [електронний ресурс]. – Режим доступу: http://window.edu.ru/window/catalog?p_rubr=2.2.73.8. – Заголовок з екрану.