

УДК 070.4

***ИНТЕРНЕТ КАК СРЕДСТВО МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ  
В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ***

***Мелентьева А.З.***

*Магистрант кафедры русской и зарубежной литературы, журналистики  
ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р.  
Державина»  
г. Тамбов, Россия*

**Аннотация**

В статье проанализированы ключевые характеристики интернет-СМИ, что позволяет определить их перспективность в современном медиапространстве. Определяется, благодаря каким признакам онлайн-СМИ стали средством массовой информации нового типа.

**Ключевые слова:** Масс-медиа, Электронное СМИ, Интернет, Средство массовой информации, Реципиент.

***THE INTERNET AS A MEANS OF MEDIA IN THE CONTEMPORARY  
WORLD***

***Melentieva A.Z.***

*Master of the Department of Russian and Foreign Literature, Journalism  
Tambov State University named after G.R. Derzhavin  
Tambov, Russia*

**Annotation**

The article analyzes the key characteristics of the Internet media, which allows to determine their prospects in the contemporary media space. It is determined, thanks to what signs, the online media have become a media of a new type.

**Keywords:** Mass media. Electronic media. The Internet. Mass media. Recipient.

В сравнении с так называемыми традиционными (радио, телевидение, газеты, журналы) средствами массовой коммуникации, информация, находящаяся в глобальной сети Интернет является более доступной; она же регулярно обновляется; практически не имеет ограничений по объему, сопровождается большим количеством дополнительной графической и аудиовизуальной информации; имеет возможность презентоваться аудитории синхронно с происходящим в реальности событием; может обсуждаться неограниченным числом пользователей Сети. Последнее из отмеченных свойств Интернета в целом и интернет-СМИ в том числе говорит о важнейшем отличии Интернета от других видов масс-медиа – его интерактивности. Все это делает Интернет таким средством массовой информации для широчайшей аудитории всего мира, которое отвечает самым современным запросам самых различных реципиентов – получателей информации.

### **1. Интернет-СМИ – СМИ нового типа**

Как заявил М. Кастельс, «СМИ стали аудиовизуальной окружающей средой, с которой мы непрестанно и автоматически взаимодействуем... Это почти постоянно присутствующий фон, ткань нашей жизни» [2]. Это утверждение отражает современное расширение системы СМИ вследствие бурного развития СМИ нового типа – интернет-СМИ. Их появление в современном мире стало возможным благодаря прогрессу в сфере информационно-коммуникационных технологий в целом; их же состояние оказывает огромное влияние как на изменения в системе СМИ, так и на развитие современного общества, находящегося под влиянием новейших технологий, в том числе компьютерных.

Современная глобальная компьютерная сеть является важнейшей частью инфраструктуры современного общества. Она основана на технологиях компьютерной передачи данных. От прежних информационно-коммуникационных сред Интернет отличается важными особенностями, в

первую очередь расширенными возможностями в представлении информации за счет мультимедийности (совместное использование в компьютерных приложениях нескольких средств передачи информации – текста, звука, изображения, видео), интерактивности (способность информационно-коммуникационной системы активно и разнообразно реагировать на действия пользователя) и гипертекстуальности (список интернет-страниц, имеющих перекрестные ссылки). Следовательно, в основе Интернета заложена сетевая структура, информационный обмен открыт для всех его участников и является трансграничным. Особенности новой информационно-коммуникационной среды способствуют осуществлению массовой коммуникации в современных условиях.

Прогресс в данной информационно-коммуникационной среде является катализатором возникновения СМИ нового типа – интернет-СМИ, одного из важнейших звеньев в рамках системы масс-медиа. К настоящему времени онлайн-СМИ получили мощный импульс к развитию в количественном и качественном отношении и с течением времени начали играть все более заметную роль в информационных процессах, протекающих в обществе. Интернет-СМИ превратились в площадку для презентации новых знаний, апробации наиболее передовых технологий, широко внедряемых в различные сферы деятельности человека.

## **2. Ключевые признаки интернет-СМИ**

Можно выделить ряд признаков, которыми наделены онлайн-медиа. К ним можно отнести следующие:

1. Мультимедийность. Интернет имеет возможность объединить визуальные, звуковые, печатные и видео-составляющие других СМИ.
2. Персонализация. Интернет обеспечивает необходимой и разнообразной информацией самую различную аудиторию.
3. Интерактивность. Интернет и интернет-СМИ предполагают диалог, а не монолог, характерный для традиционных масс-медиа. Обратная связь

обеспечивается через электронную почту, форумы, чаты, телеконференции, аккаунты масс-медиа в социальных сетях.

К прикладным признакам интернет-СМИ также можно отнести, к примеру, удобство восприятия их контента многими пользователями. Уже ни для кого не секрет, что значительная часть аудитории перешла от восприятия информации с бумажного носителя к цифровому.

### **3. Влияние интернет-СМИ на аудиторию**

При непосредственном влиянии онлайн-СМИ проходят процессы трансформации социума. Сетевые структуры возникают не только в информационной сфере, но и в экономике и в самом обществе. СМИ стали катализатором изменений в обществе, однако и общественные тенденции оказывают огромное влияние на развитие сферы СМИ. Действительно, «Электронные средства массовой информации превратились в своего рода посредника между человеком и окружающим его реальным миром, воспроизводя этот мир с большей или меньшей степенью достоверности» [1]. При этом, по утверждению многих ученых, в том числе процитированного С.С. Васильева, онлайн-СМИ оказывают мощное воздействие на сознание и подсознание аудитории. Воздействие это оказывается тогда, когда используются все резервы языка, лингвистические формы и способы, методы и средства воздействия, а также мощнейший инструментарий аудиовизуальных средств.

Механизмы воздействия существуют как явные, так и скрытые: внушение, искажение информации, утаивание информации, манипулирование со временем и местом подачи информации, сенсационность, метод фрагментации, упрощение и другие [3].

Следует отметить, что аудитория интернет-СМИ в России своеобразна. Средний их читатель молод, хорошо образован, живет в крупном городе. Молодежь, согласно множественным опросам, регулярно проводит время в

Сети. Именно в поле зрения этой аудитории попадают онлайн-СМИ с их многообразным контентом.

### **3. Особенности исследования интернет-СМИ**

Однако при всей популярности интернет-СМИ отсутствуют общепризнанные исследовательским сообществом современные методики исследования интернет-изданий. Встречаются частные авторские методики исследования интернет-СМИ, а также применение общепризнанных методик исследования сферы масс-медиа.

Тем не менее, несомненно, что роль интернет-СМИ будет расти все больше. При этом очевидно, что интернет-издания будут взаимодействовать и сливаться с теле-, радио- и так называемыми бумажными СМИ. Такие тенденции, вероятно, вызовут к жизни методики исследования, которые будут применяться научным сообществом при изучении интернет-медиа.

Таким образом, интернет-СМИ в современном мире являются перспективным и многообещающим, наделенным множеством преимуществ средством массовой информации для широчайшей аудитории реципиентов медиаконтента.

#### **Библиографический список**

1. Васильев С.С. Влияние современных электронных СМИ на подсознание // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2012. – 2012. – № 3 (13). – С. 176–183.
2. Зиралов И.С. Общественное мнение о социальной ответственности бизнеса в презентации СМИ // Вестник финансовой академии. – 2007. – № 4. – С. 179–188.

3. Психология интернет-коммуникации: учеб. пособие / Е.П. Белинская. – М.: МПСУ; Воронеж: МОДЭК, 2013. – 192 с. – (Серия «Социальная психология»).