Кошелев А.А.**К вопросу теоретического обоснования классификации Интернет-СМИ**

*Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени
Н.Г. Чернышевского
(Россия, Саратов)*

doi: 10.18411/lj-10-2019-111

idsp: lj-10-2019-111

Аннотация

В данной статье рассматривается проблематика исследования классификации Интернет-СМИ, как социального феномена. Актуализация данного понятия, позволило автору сформулировать основную цель статьи, которая заключается в выявлении основных критериев типологии интернет-ресурсов и их специфики в условиях современного российского социума. В качестве метода был использован теоретико-методологический анализ, позволивший автору сделать вывод о противоречивости и фрагментарности исследования изучаемого объекта.

Ключевые слова. Интернет, СМИ, контент, медиа, онлайн, оффлайн

Abstract

This article deals with the problems of the study of the classification of Internet media as a social phenomenon. Actualization of this concept allowed the author to formulate the main purpose of the article, which is to identify the main criteria of typology of Internet resources and their specificity in the modern Russian society. The theoretical and methodological analysis was used as a method, which allowed the author to draw a conclusion about the inconsistency and fragmentation of the study of the object under study.

Keyword. Internet, media, content, media, online, offline

Проблематика Интернет-СМИ остается крайне непростой противоречивой проблемой, исследование которой, так или иначе, является предметом и объектом различных гуманитарных и технических наук. Среди многочисленных определений, которые фигурируют в исследовательской практике отечественных специалистов, на наш взгляд, наиболее интересное принадлежит О.И. Молчанову, который рассматривал данную научную категорию, как постоянно обновляющееся информационное пространство, предоставляющее большому количеству пользователей социально-значимую информацию, обладающую персонифицированной ценностью. [1]

Безусловно, Интернет-СМИ имеют определённые преимущества, выгодно отличающие данные медианосители по сравнению с традиционными источниками информации. К числу таких преимуществ можно отнести большой географический охват, который генерируется свободным доступом из любой точки мира для пользователей и ограничивается только «языковым фактором», который, впрочем, в век продвинутых технологий, если и влияет на восприятие информации, то на наш взгляд, не существенно. Кроме того, несомненным преимуществом, является активность целевой аудитории, что обусловлено более высоким интеллектуальным потенциалом и экономическими возможностями целевой аудитории. В-третьих, - технологические возможности Интернета вывели взаимодействия редакции и читателя на качественно новый уровень, установив более тесные взаимоотношения по формированию контента на основе быстрой обратной связи. В-четвертых, - оперативность и мобильность управления потоками информации создают для пользователей максимально комфортные условия не только, для потребления контента, но и его оценки в зависимости от специфических особенностей целевой аудитории. А учитывая, то факт, что производственная себестоимость функционирования Интернет-СМИ, достаточно

низкая, и, как следствие, экономическая зависимость онлайн ресурсов не так очевидна, можно смело предположить о большей самостоятельности менеджеров подобных организаций в формировании редакционной политики ресурсов. [2]

Следовательно, отрасль Интернет-СМИ, можно рассматривать как «хэдлинера» социально-экономических и политических трансформаций в информационной сфере, а учитывая рост интереса со стороны рекламного рынка, и как стабильный экономический сектор, роль которого все больше усиливается в рыночной конъюнктуре современного российского общества. Классификация Интернет-СМИ достаточно фрагментарно, на наш взгляд, представлена в отечественной научной литературе. Возможно, это связано с тем, что по большинству критериев данный информационный ресурс тождественен основным СМИ, отличаясь лишь технологическими ращениями. Однако различия существуют, и их следует конкретизировать в рамках обозначенной цели данной статьи. По мнению специалиста И.Н. Давыдова, изучаемый объект можно дифференцировать на сетевые издания (онлайн – ресурсы, представленный только в Интернет пространстве) и сетевые версии «оффлайн» источников. Следует подчеркнуть, что сетевые издания подразделяются на особые виды, несмотря на некоторую схожесть с традиционными информационными ресурсами. В этой связи можно выделить новостные, авторские, комментарийные и смешанные средства массовой информации в системе Интернет. [3, с. 22].

Новостные ресурсы формируют контент, основанный на информационных лентах, отличаются рационализмом, точностью и отсутствием редакционных оценок. Авторские ресурсы тоже концентрируют внимание на события в различных сферах общественной жизни, при этом сопровождая их позицией модератора, который имеет статус эксперта и профессионально владеет обсуждаемой информацией. Комментарийные Интернет-ресурсы, не только проводят глубокий анализ событий, но и как правило, предлагают целый спектр мнений по обозначенной проблематике. Смешанными называют сайты, сочетающие черты различных, перечисленных выше видов ресурсов [4, с. 67].

В зависимости от географического критерия ресурсы могут подразделяться на : общероссийские и региональные ресурсы (к данному типу могут быть отнесены также зарубежные русскоязычные ресурсы, ориентированные на относительно узкие диаспоры). По мнению практикующего журналиста Ю. Костыговой все информационные сайты можно дифференцировать на профессиональные и любительские, новостные и аналитические, общие и специализированные, популярные и элитарные, платные и доступные. [5] Некоторые специалисты в области интернет-журналистики предлагает разделить сетевые ресурсы на собственно сетевые (оригинальные) и версии традиционных СМИ, монотемные и политемные, а в зависимости от принадлежности – на государственные, ресурсы, отражающие интересы различных групп и независимые. Известный исследователь Н. Э. Шишкин разработал свою типологию интернет-ресурсов, в основе которой лежит целевое назначение. В этой связи, он выделяет информационные сайты, прикладные (полезная информация), «комьюнити» (форумы, сообщества, сайты знакомств), развлекательные (игры), коммерческие (плаины услуги), презентационные (цель, которых PR-деятельность). В зависимости от бенефициарных характеристик, интернет-ресурсы можно разделить на государственные и частные, а по типу авторства исследователь может выделить оригинальные сайты и коллективные, где применяется принцип разделения труда. [6, с 97-105]

Таким образом можно сделать вывод, что Интернет СМИ можно классифицировать на две основные категории – онлайн версии традиционных ресурсов и сетевые источники, которые каскадируются по различным критериям, хотя, как

отмечают в науке и практике, любые дифференциации носят весьма условный и противоречивый характер.

1. Молчанова, О. И. Специфика современных интернетСМИ / О. И. Молчанова // [Электронный ресурс] (дата обращения: 20.09.2019).
2. Лукина М. МФомичева И. Д. СМИ в пространстве Интернета / М.М. Лукина, И. Д. Фомичева // [Электронный ресурс] / МГУ им. М. В. Ломоносова. 2015. (дата обращения: 12.09.2019).
3. Бабаева А. Е. Интернет: воздействие на личность: учебник // А. Е. Бабаева. – М.: Можайск Терра, 2015. – 103 с.
4. Градюшко А.А. Сетевая пресса в системе СМИ: Учебно-методический комплекс / А.А. Градюшко. – М.:Современные знания, 2015.– 22 с.
5. Давыдов И. Интернет СМИ: идеальная модель и реальная ситуация/ И. Давыдов // [Электронный ресурс] (дата обращения: 20.09.2019).
6. Ивченков С.Г., Кошелев А.А. ПОИСК: Политика. Обществоведение. Искусство. Социология. Культура. 2016. № 3 (56). С. 97-105.

Лобузова А.С.

Негативные аспекты влияния чрезмерного виртуального общения на коммуникативные навыки молодежи

*Тульский государственный университет
(Россия, Тула)*

doi: 10.18411/lj-10-2019-112

idsp: ljjournal-10-2019-112

Аннотация

Статья представляет собой краткий обзор существующих точек зрения исследователей о негативном влиянии чрезмерного онлайн-общения на следующие составляющие коммуникативных навыков молодых людей: эмоциональный интеллект, способность эффективно разрешать конфликты, умение поддерживать уже имеющиеся и устанавливать новые социальные контакты. Были проанализированы причины отрицательного влияния на коммуникативный потенциал. В заключении делается вывод о необходимости социальным институтам вновь сделать реальное общение популярным среди молодежи, не используя при этом принудительно-запретительных мер на общение онлайн.

Ключевые слова: виртуальное общение, коммуникативные навыки, реальное общение.

Abstract

This article is a brief review of researchers' ideas about negative impact of overusing virtual communication on such communication skills of modern young people as emotional intellect, ability to effectively resolve argues, ability to maintain existing social contacts and meet new once. The reasons of such negative impact on communication skills were analyzed. In the end of this article there is a conclusion about the necessity for social institutes to make face-to-face communication popular among young people again without using prohibited measures to online communication.

Keywords: virtual communication, communication skills, face-to-face communication.

Виртуальное общение как новый вид взаимодействия появилось сравнительно недавно, но уже успело стать неотъемлемой частью жизни современного человека. Особенно восприимчивой к новой технологии в силу лабильности сознания и стремлению попробовать все новое и пока неизведанное стала молодежь. Для современного молодого человека вполне типичной стратегией повседневного