

## ОСНОВНІ РІЗНОВИДИ МЕРЕЖЕВИХ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

**Микола Медведчук,**

*аспірант кафедри державної політики і менеджменту  
Чорноморського державного університету  
імені Петра Могили*

*Аналізується феномен мережеских засобів масової інформації, з'ясовується роль «нових» ЗМІ у сучасному світі, зокрема у політичній сфері життєдіяльності людини. Основний акцент робиться саме на різновидах інтернет-ЗМІ та їх особливостях.*

**Ключові слова:** *Інтернет, інтернет-ЗМІ, мережескі засоби масової інформації, ЗМІ, інтернет-технології, інтернет-радіо, інтернет-журналістика, мережескі видання.*

*The phenomenon of network mass media is analyzed, the role of «new» mass-media in the modern world, in particular in political sphere of people's life is defined. The basic accent is given to the types and features of the Internet media.*

**Keywords:** *Internet, Internet media, network mass media, mass media, Internet technologies, Internet radio, Internet journalism, network editions.*

Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій призводить до трансформації багатьох напрямків життєдіяльності людини: політичної, економічної, соціальної, культурної та інших сфер. Перетворення торкнулися і засобів масової інформації. Традиційні ЗМІ поступово доповнюються або навіть замінюються новими мережевими медіа-ресурсами.

Загальновідомо, що ЗМІ – це частина політичної системи, окремий політичний інститут, який має унікальну властивість впливати на людей і маніпулювати громадською думкою, а також система взаємопов'язаних елементів, котрі пронизують суспільство і можуть відображати інтереси і держави, і партій, і окремих колективів [12, с. 36]. Цим визначенням можна охарактеризувати і мережескі ЗМІ, але їх особливість полягає у тому, що інформація розповсюджується не традиційними каналами, а за допомогою мережеских мультимедійних технологій [8, с. 52].

Питання виникнення і розвитку інтернет-ЗМІ вже тривалий час аналізуються західними та російськими вченими, а в останні роки стають об'єктом досліджень і вітчизняних політологів, соціологів, економістів. Це свідчить про досить міцний зв'язок проблематики, яка аналізується, з актуальними практичними і науковими завданнями.

Означена стаття присвячена розгляду не досить дослідженому питанню щодо різновидів мережеских засобів масової інформації. Більшість вчених аналізують інтернет-ЗМІ у наступних ракурсах: особливості розповсюдження інформації, переваги та недоліки порівняно з традиційними ЗМІ, взаємозалежність інтернет-ЗМІ та преси, радіо, телебачення традиційного типу. Наприклад, І. Некрасова зосереджує основну увагу саме на розгляді функцій ЗМІ та їх трансформації, що пов'язані з активним розвитком інтернет-технологій [12], І. Биков і О. Вартанова аналізують мережескі ЗМІ переважно у порівнянні з традиційними засобами масової інформації [1; 4; 5; 6], О. Водолагін бачить інтернет-ЗМІ як арену для політичної боротьби під час виборчих кампаній [8], Г. Ковальчук досліджує основні питання розвитку нового типу радіо – інтернет-радіо [10] і т.д.

На жаль, різновиди мережеских ЗМІ практично не досліджуються вітчизняними вченими, тому дану статтю можна вважати досить актуальною, а її основне завдання – показати українським науковцям, політикам і пересічним громадянам те різноманіття основних типів мережеских засобів масової інформації, які існують на сьогодні задля досягнення тих чи інших цілей.

Під мережеским засобом масової інформації розуміється сукупність інформаційних повідомлень та матеріалів, які розміщуються в електронній формі в Інтернеті або інших мережах, періодично оновлюються та призначаються для невизначеного кола осіб [8, с. 53]. Вони схильні до оновлення інформації практично у режимі онлайн, тому з ними за оперативністю наданої інформації не може конкурувати жодний представник традиційних засобів масової інформації [3, с. 74].

Нові медіа та Інтернет у політичній комунікації приймають на себе багато напрямків традиційних ЗМІ, в тому числі успішно здійснюють функції агітації, пропаганди й організації. На думку О.

Вартанової, сьогодні Інтернет як комунікативний майданчик та простір, де існують медіа-продукти, може замінити традиційні ЗМІ. Він виконує комунікаційну, інформаційну, мобілізаційну, партисипаційну, інтеграційну і навіть рекреаційну функції [6, с. 39]. І. Биков, у свою чергу, переконаний, що традиційні ЗМІ чекає свого роду мутація та злиття з Інтернетом [4, с. 207-208].

На думку О. Вартанової, традиційні ЗМІ опановують інтернет-простір з метою збереження старої та створення нової аудиторії [6, с. 37], тому вони не завжди бувають правдивими і часто виявляються «кривим дзеркалом життя» [7, с. 45-46]. У той же час В. Терещук переконаний, що використання традиційними ЗМІ мережевих технологій для поширення інформації та розвиток самостійних інтернет-видань створюють умови для безпрецедентного плюралізму думок та свободи слова, тому в українських умовах Інтернет є серйозною альтернативою офіційним джерелам інформації, які, як правило, контролюються з боку держави [16, с. 76].

Із народженням нового виду засобів масової інформації виникає і новий напрямок журналістики – інтернет-журналістика. Феномен журналістики у стилі онлайн, що виник на межі ХХ-ХХІ ст., отримав широке визнання у відповідній літературі [4; 1; 9; 14]. Вважається, що інтернет-журналістика – це особливий різновид журналістики, при якому первинним та основним полем поширення інформації є глобальна мережа Інтернет [4, с. 207].

Як свідчить практика, мережеві та друковані ЗМІ дійсно активно взаємодіють між собою. Пояснюється це тим, що журналісти мережевих засобів масової інформації – здебільшого представники традиційних ЗМІ, які або працювали у друкованих виданнях, або й досі працюють там. Інтернет і зокрема мережева преса слугують професійним журналістам одним із головних джерел оперативної інформації. Взаємозалежність традиційних та мережевих ЗМІ пояснюється ще й тим, що традиційні журнали та газети часто висвітлюють актуальні проблеми віртуального життя, а інтернет-видання надають інформацію про проблеми суспільства, культури тощо, які ніяк не стосуються віртуальної реальності [2, с. 6-7].

Можна з упевненістю сказати, що мережеві засоби масової інформації порівняно із традиційними мають помітні переваги: 1) вартість їх створення та підтримки порівняно низька [5, с. 25]; 2) навіть дрібний мережевий видавець може отримати свою читацьку аудиторію, причому навіть на міжнародному рівні [13, с. 361].

Зазначені переваги сприяють активному розвитку мережевих засобів масової інформації, онлайн-версій традиційних ЗМІ, а також до того, що у медійному просторі все більшу роль починають відігравати новини та сюжети із кіберпростору. Можна з упевненістю сказати, що на сьогодні Інтернет є найбільш оперативним медіа-ресурсом. У той же час висока оперативність мережевих ЗМІ може призвести до ненавмисних перекручувань інформації, яка передається [5, с. 25-26].

На думку І. Артамонової, інтернет-ЗМІ можна поділити на три основні групи: оригінальні ЗМІ, клони та гібриди, котрі відрізняються між собою у питанні інформаційних підходів (характері оновлення новин та їх упаковки, маркетингових стратегій тощо) та у питанні використання інтернет-технологій (інтерактивних можливостей, гіпертекстових посилань тощо). Клони, як правило, повністю копіюють друковані видання у структурі, наборі рубрик, текстових форматах, а публікуються частіше за все або одномоментно, або із деяким запізненням. Гібриди (модифіковані онлайн-версії традиційних видань) виходять у вигляді електронного варіанту конкретного друкованого видання зі своїм власним режимом роботи та форматом. Матеріали у гібридних інтернет-ЗМІ часто наповнюються гіпертекстовими посиланнями на інші інтернет-ресурси, що дозволяє значно розширити інформаційне поле. Оригінальні інтернет-видання не мають друкованих аналогів і характеризуються наступними якостями: публікація матеріалів у режимі нон-стоп; посилання на інші джерела; вільний доступ до архівів; інтерактивна взаємодія з читачами тощо [2, с. 7-8].

Можна виділити й інші типи інтернет-ЗМІ, до яких належать суто мережеві видання (які виходять лише в Інтернеті) та мережеві версії традиційних офлайн-ЗМІ. Крім цього інтернет-ЗМІ поділяються за типом свого змісту на новинні, коментарійні, змішані; за приналежністю – на державні, медійні, незалежні, ЗМІ, які належать політичним групам або бізнес-структурам [8, с. 53]. У праці «ЗМІ та Інтернет: проблеми правого регулювання» (під редакцією В. Монахова) зазначається, що за типом змісту або контенту крім новинних, коментарійних та змішаних мережевих ЗМІ, існує й інша варіація класифікації інтернет-ЗМІ: авторські, редакційні та змішані. Залежно від тематики виділяються монотематичні та політематичні мережеві ЗМІ, а також існують національні та регіональні інтернет-ресурси [15, с. 10-11].

О. Коцарев пропонує іншу типологію мережевих засобів масової інформації. Дослідник виділяє п'ять основних типів інтернет-ЗМІ: інтернет-телебачення, інтернет-радіо, інтернет-газети, інтернет-журнали і новинні сайти [11, с. 323-324].

Одним із синтезованих ЗМІ спеціалісти вважають інтернет-радіо, оскільки воно об'єднує у собі риси радіо, як аудіального ЗМІ, та Інтернету з його візуальними можливостями. Можна припустити, що цей синтезований засіб масової інформації набув нових якостей і став розвиватися за своїми законами, що дозволило багатьом дослідникам визначити його як новий різновид ЗМІ. Сьогодні радіо в Інтернеті можна розділити на дві основні групи, які мають принципові відмінності: мережеві радіостанції, які не мають аналогу офлайн, і версійні сайти традиційних радіостанцій [10].

Інтернет-телебачення – це спеціальні сайти, які виконують основне завдання – поширення суспільно значущої масової інформації переважно аудіовізуального типу, яке здійснюється через відеофайли або файли перегляду передач у реальному часі [11, с. 321].

Отже, класифікація інтернет-ЗМІ може здійснюватися за різними критеріями. Відповідно, типів мережевих засобів масової інформації існує досить велика кількість, які потребують більш ретельного вивчення. Серед перспектив подальших розвідок можна виділити такі: детальний опис кожного типу інтернет-ЗМІ та аналіз їх функціонування в умовах трансформації українського суспільства.

1. Вуков І. Freedom of Speech in Russian Internet: Does It Matter? / І. Вуков // Свобода и власть. Тезиси Варшавской конференции Восточноевропейских исследований. – Варшава: Варшавский университет, 2008. – С. 14. 2. Артамонова І. М. Інтернет як специфічний тип мас-медійного тексту (на матеріалах українського сектору мережі) / І. М. Артамонова // Вісник СумДУ. Серія: Філологія. – 2007. – №2. – С. 5-9. 3. Баранов Н. А. Современная демократия: эволюционный подход / Н. А. Баранов; Балт. гос. техн. ун-т. – СПб., 2007. – 208 с. 4. Быков И. А. Интернет-журналистика: специфика и перспективы развития / И. А. Быков // Средства массовой информации в современном мире: материалы межвузовской научно-практической конференции / Под ред. В. И. Конькова. – СПб.: Изд-во С.-Петербургского университета, 2002. – С. 207-208. 5. Быков И. А. Медиарилейшнз в стиле он-лайн / И. А. Быков // Петербургская школа PR: от теории к практике. Вып. 3.: Сб. статей / Отв. ред. А. Д. Кривоносов. – СПб.: Роза мира, 2005. – С. 24-39. 6. Вартанова Е. Л. Новые медиа как фактор модернизации СМИ / Е. Л. Вартанова // Информационное общество. – 2008. – №5-6. – С. 37-39. 7. Ветров К. В. Информационная политика и информационная реальность / К. В. Ветров // Информационное общество. – 2002. – №1. – С. 43-49. 8. Водолагин А. Л. Интернет-СМИ как арена политической борьбы / А. Л. Водолагин // Общественные науки и современность. – 2002. – №1. – С. 49-67. 9. Калмыков А. А., Коханова Л. А. Интернет-журналистика / А. А. Калмыков, Л. А. Коханова. – М.: Юнити-Дана, 2005. – 383 с. 10. Ковальчук Г. Л. Радио в Интернете: лингвистический аспект [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.mediar.ru/blog/internet-konferentsiya-mediaprostranstvo-interneta/965-1-radio-v-internete-lingvisticheskii-aspekt.html](http://www.mediar.ru/blog/internet-konferentsiya-mediaprostranstvo-interneta/965-1-radio-v-internete-lingvisticheskii-aspekt.html). 11. Коцарев О. О. Типологія Інтернет-ЗМІ / О. О. Коцарев // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Сер. Филология. – Т.19, №5. – С. 321-324. 12. Некрасова И. Трансформация функций средств массовой коммуникации в России / И. Некрасова // Власть. – 2007. – №9. – С. 33-36. 13. Рэддик Р., Кинг Э. Журналистика в стиле он-лайн: Использование Internet и других электронных ресурсов / Р. Рэддик, Э. Кинг. – М., 1999. – 415 с. 14. Сайтэл Ф. П. Современные паблик рилейшнз / Ф.П. Сайтэл. – М.: Имидж-контакт, 2002. – 592 с. 15. СМИ и Интернет: проблемы правового регулирования / Автор-составитель – проф. В. Н. Монахов. – М.: ЭКОПРИНТ, 2003. – 320 с. 16. Терещук В. І. Інтернет як інформаційний чинник гуманітарної безпеки українського суспільства / В. І. Терещук // Актуальні проблеми міжнародних відносин: Збірник наукових праць. Випуск 37 (у двох частинах). Частина І. – К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Інститут міжнародних відносин, 2002. – 280 с. – С. 75-78.