

Муратова Нозима Фахритдиновна

**ИНТЕРНЕТ-СМИ КАК ОТДЕЛЬНЫЙ ВИД В СИСТЕМЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ:  
ЛЕКСИЧЕСКОЕ И ЭТИМОЛОГИЧЕСКОЕ ОБОЗНАЧЕНИЯ ПОНЯТИЯ**

Автор исследует Интернет-СМИ в качестве самостоятельного сегмента в системе средств массовой информации, анализирует позиции и мнения ученых относительно характеристик и свойств данного вида журналистской деятельности. Рассматриваются этимология и лексическое обозначение понятий "Интернет-СМИ" и "Интернет-журналистика".

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2010/2/31.html](http://www.gramota.net/materials/2/2010/2/31.html)

Источник

**Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2010. № 2 (6). С. 118-120. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2010/2/](http://www.gramota.net/materials/2/2010/2/)

**© Издательство "Грамота"**

Информацию о том, как опубликовать статью в журнале, можно получить на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)  
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [voprosy\\_phil@gramota.net](mailto:voprosy_phil@gramota.net)

УДК 070

*Автор исследует Интернет-СМИ в качестве самостоятельного сегмента в системе средств массовой информации, анализирует позиции и мнения ученых относительно характеристик и свойств данного вида журналистской деятельности. Рассматриваются этимология и лексическое обозначение понятий «Интернет-СМИ» и «Интернет-журналистика».*

*Ключевые слова и фразы:* Интернет-СМИ Узбекистана; Интернет-журналистика; лексическое обозначение понятия «Интернет-СМИ»; лексическое обозначение понятия «Интернет-журналистика».

**Нозима Фахритдиновна Муратова**

*Кафедра «Интернет-журналистика»*

*Национальный университет Узбекистана им. Мирзо Улугбека*

*nozima.muratova@gmail.com*

### **ИНТЕРНЕТ-СМИ КАК ОТДЕЛЬНЫЙ ВИД В СИСТЕМЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ: ЛЕКСИЧЕСКОЕ И ЭТИМОЛОГИЧЕСКОЕ ОБОЗНАЧЕНИЯ ПОНЯТИЯ<sup>©</sup>**

Несмотря на бурное развитие Интернет-журналистики во всем мире разногласия среди исследователей по поводу признания Интернет-СМИ в качестве самостоятельного вида журналистской деятельности все еще продолжаются. Анализ различных позиций по данному вопросу дает возможность наиболее глубоко понять изменения, с которыми сталкиваются современные СМИ и которые влияют на содержание сегодняшней журналистики в целом.

В отечественных исследованиях подчеркивается, что «информационные технологии и Интернет производят качественные изменения в сфере традиционной печати» [4, с. 73], а использование веб-технологий в системе аналоговых масс-медиа предоставляет дополнительные средства передачи и распространения информации. Соответственно, появляются новые формы и методы информационного представления. Часть исследователей указывают, что «...новое средство доставки информации дает возможность традиционным СМИ заново родиться» [10, с. 52]. Этот аргумент основывается на том, что привычные медиа работают с Интернетом в большей степени в качестве источника информации, в результате чего обогащается их содержательная сторона. Среди отечественных исследователей непосредственно как СМИ глобальную сеть рассматривает Д. Рашидова, которая считает, что «технологические возможности Интернет делают ее полноценным, перспективным, в определенной степени альтернативным СМИ» [11, с. 31].

В кругу зарубежных исследователей разногласия по данному вопросу существуют уже давно. Российский ученый А. И. Акопов отмечает, что «без какой-либо доли преувеличения Интернет можно рассматривать как некое глобальное средство массовой информации» [1]. Он же впервые ставит проблему комплексного изучения компьютерных электронных сетей как нового СМИ [2, с. 22-27]. В противовес этому, И. Давыдов определяет Интернет лишь как еще один носитель информации и приходит к выводу, что как таковых Интернет-СМИ нет, а «есть общая сфера медиа, внутри которой можно производить различия по типам носителей. И есть среда, которая позволяет снять противоречия между типами носителей, объединить в рамках одного СМИ все достоинства этих носителей» [3]. Другие считают, что «...Интернет пока что не может составить конкуренцию традиционным СМИ по многим показателям, однако в силу своих технических характеристик он по некоторым критериям превосходит традиционные СМИ» [9]. Здесь приводится факт относительно неравной доступности он-лайн СМИ всему населению планеты, говорится о пока еще не сформированных теоретических аспектах такого вида журналистской деятельности, как Интернет-журналистика. Часть же ученых уже на начальном этапе прогнозировали будущее традиционных СМИ в эпоху Интернет и отмечали, что «...СМИ утратят свои функции и передадут их таким средствам как Интернет» [5, с. 36-40]. Учитывая современные условия, когда в ряде Европейских стран и Америке отмечается уменьшение читательской аудитории и тиражи газет все более снижаются, аналитики считают, «для того, чтобы выжить в таких условиях, СМИ придется кардинально измениться», в частности из «однонаправленных» превратиться в «двунаправленные» (Зернов К. Наше будущее - «news» без «papers» // Курьер печати. 2006. № 28).

Таким образом, из вышеперечисленного можно выделить две позиции: 1) видение Интернет как дополнительного средства для СМИ; 2) признание Интернет в качестве отдельного вида в системе средств массовой информации, а Интернет-журналистики самостоятельным направлением журналистской деятельности. Попробуем разъяснить ситуацию следующим образом: в случае, когда Интернет лишь дополнительное средство для СМИ, символически его обозначим «ПАРТНЕР»ом, так как он дополняет основные виды средств массовой информации (печать, радио, ТВ) и способствует их расширению, во второй позиции определим Интернет в качестве «САМОСТОЯТЕЛЬНОГО СМИ» и рассмотрим эти два направления на конкретных примерах.

В качестве партнера Интернет функционирует в виде э-версий традиционных изданий. Так, к примеру, веб-сайты печатных изданий можно отнести к данной категории. Использование Интернет теле- и радиовещанием в качестве дополнительного канала также является партнерством традиционного СМИ и Интернет. Однако, помимо данных видов СМИ, сегодня в глобальной сети существуют и другие, самостоятельные медиаобразования - это информационные агентства и веб-издания, не имеющие традиционных аналогов. Как известно, информационные агентства воспринимаются неким промежуточным звеном между источниками информации и массовой аудиторией. Основной причиной этого является то, что они, как правило, для распространения своего содержания используют другие виды масс-медиа (печать, радио и ТВ). Однако, благодаря новым информационным технологиям и сети Интернет, на нынешнем этапе развития они вышли за рамки «обслуживающего предприятия» и, создав собственные веб-ресурсы, получили возможность информировать свою (уже массовую) аудиторию напрямую. Новостная деятельность информационных агентств теперь отображается не «опосредованно», а «непосредственно». Таким образом, на примере деятельности информационных агентств можно сказать, что Интернет вышел за рамки партнера и состоялся как самостоятельное СМИ. Интернет-издания, не имеющие традиционных аналогов, также имеют свою (массовую) аудиторию, в процессе предоставления информации которой у них формируются свои требования и критерии творческой, журналисткой, организационной работы. С этой позиции можно сказать, что Интернет - это не просто дополнительный вид распространения информации, а вполне самостоятельное СМИ, а деятельность журналиста в этой системе можно обозначить как Интернет-журналистику.

Весомым аргументом в поддержку самостоятельности Интернет-СМИ как самостоятельного вида журналисткой деятельности могут стать его технические и технологические возможности, раскрывая которые исследователи отмечают: «... главными качествами, характеризующими его как СМИ, являются глобальность, интерактивность, мультимедийность и гипертекстуальность, которые, в свою очередь, оказывают влияние не только на содержание информационных ресурсов, но и на процесс подготовки, обработки, хранение и доставку информации» [11, с. 31]. Следовательно, мультимедийная, интерактивная и гипертекстовая специфика сети требует особого профессионального подхода к организации информационного содержания, логика, последовательность и технология которой значительно отличаются от создания печатной, радио и телепродукции. И это само собой подразумевает определенную специализацию, учитывающую помимо вышеприведенных возможностей также структурные и организационные особенности.

Эти свойства выделяют и российские ученые, которые, рассматривая Интернет-СМИ как часть медиасистемы, подчеркивают, что данные особенности (гипертекст, мультимедийность, интерактивность) «позволяют назвать их четвертым видом медиа наряду с печатью, радио и телевидением» [7, с. 80]. В данном случае, с точки зрения профессионального мастерства, эти качества дают возможность журналистам:

- расширять объемы и разнообразие информации, предоставлять возможность нелинейного её потребления;
- выражать смысл послания с помощью разных знаковых систем;
- использовать для работы с аудиторией разнообразные формы коммуникации;
- предоставлять аудитории более полные возможности для реагирования и участия в производстве и обмене информацией [Там же].

Другим немаловажным вопросом в анализе этого нового вида журналисткой деятельности является лексическое обозначение понятий «Интернет-журналистика» и «Интернет-СМИ», а также правомерность их использования. Авторы книги «Интернет-журналистика», говоря о природе этого вида информационной деятельности, отказываются назвать ее лишь как журналистику, использующую новые технологические возможности, так как, по их мнению, «в образе Интернет-журналистики есть качественно новые культурные феномены» [8]. Это кратко поясняется тем, что Интернет вначале фактически породил Интернет-журналистику, а уже потом журналистика стала осваивать Интернет как среду своей профессиональной деятельности. В исследованиях отечественного исследователя Д. Рашидовой упоминается, что «традиционная журналистика уступает свое место интерактивной, которая характеризуется максимальным взаимодействием между журналистом и аудиторией» [12, с. 5], и в работах автора больше используется термин «интерактивная журналистика». Западные исследователи больше склонны к понятиям «online journalism», «new media», «online-media» [15].

Наиболее часто также употребляются понятия «онлайновые СМИ», «on-line СМИ», «e-СМИ», «электронные СМИ», «сетевые СМИ», «веб-СМИ», «четвертое СМИ», а по отношению к творческой деятельности в Интернет - «электронная журналистика», «веб-журналистика», «новая журналистика», «high-tech журналистика», «кибержурналистика». Но использование понятия «сетевая журналистика» считается более технической трактовкой, а такие словосочетания как «high-tech журналистика» и «кибержурналистика» имеют специфический аспект и применимы по отношению к изданиям, освещающим определенную техническую или компьютерную тематику.

Кроме того, среди исследований различаются два направления - «журналистика в Интернет» и «Интернет-журналистика». Первое включает все журналистское производство, выложенное в Интернет (перенос печатного издания в веб-пространство, радиовещание в сети, ТВ в Интернет и т.д.). В эту категорию входят медиа-ресурсы, возникшие в результате эволюции традиционных СМИ, которые пополнились веб-страницами или электронными версиями своих печатных, радио- и теле выпусков. А Интернет-журналистика - одна из частей этой деятельности, которая представляет собой совокупность творческой и организационной деятельности по отображению информации посредством веб-ресурса Интернет. СМИ этой категории возникли непосредственно на базе веб-технологий и функционирует исключительно в среде Интернета.

Таким образом, основными свойствами Интернет-изданий, отличающими их от других СМИ, являются интерактивность, гипертекстуальность, мультимедийность, которые оказывают влияние не только на содержание информационных ресурсов, но и на процесс подготовки, обработки, хранение и доставку информации. Специфика сети требует особого профессионального подхода к организации информационного содержания, логика, последовательность и технология которой значительно отличаются от создания печатной, радио и теле-продукции. И это само собой подразумевает определенную специализацию, учитывающую помимо вышеприведенных возможностей также структурные и организационные особенности.

#### *Список литературы*

1. **Акопов А. И.** Глобальное средство массовой информации // Мир медиа XXI. 1999. № 1.
2. **Акопов А. И.** Типологические признаки сетевых изданий // Акценты. 1999. № 1.
3. **Давыдов И.** Книга вымышленных существ // Независимая газета. 2001. № 26.
4. **Дустмухаммедов Х.** Журналистнинг касб одоби муаммолари: назарий-методологик тахлил (Проблемы профессиональной этики журналиста: теоретико-методологический анализ): монография. Т.: Янги аср авлоди, 2007.
5. **Засурский Я. Н.** Информационное общество и средства массовой информации // Информационное общество. 1999. № 1.
6. **Интернет журналистика:** сборник научных статей. Ташкент, 2005.
7. **Интернет-СМИ:** теория и практика / под ред. М. М. Лукиной. М.: Аспект Пресс, 2010.
8. **Калмыков А. А., Коханова Л. А.** Интернет-журналистика: учебное пособие. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.
9. **Костыгова Ю.** Сетевые СМИ: занимательная типология // Мир Интернет. 2002. № 4 (67).
10. **Мухаммаджанова Ф.** Интернет: хабарлар ракобатининг кизгин нуктаси // Интернет журналистика: сборник научных статей. Ташкент, 2005. С. 52.
11. **Рашидова Д.** Интернет в Узбекистане: возможности и проблемы. Т.: Zar-kalam, 2003.
12. **Рашидова Д.** Информационные технологии и интерактивная Интернет журналистика. Т., 2003.
13. **Рашидова Д., Муратова Н.** Интернет журналистика. Т.: Международный центр переподготовки журналистов, 2007.
14. **Система средств массовой информации России.** М.: Аспект Пресс, 2003.
15. **Paul N., Fiebig K.** The elements of digital storytelling: project of University of Minnesota. 2002. [Electronic Recourse]. URL: [www.inms.umn.edu/elements.index.php](http://www.inms.umn.edu/elements.index.php).

#### **INTERNET MASS MEDIA AS A SEPARATE TYPE IN MASS MEDIA SYSTEM: LEXICAL AND ETYMOLOGICAL DESIGNATIONS OF THE NOTION**

**Nozima Fahritdinovna Muratova**

*Department of Internet Journalism  
Uzbekistan National University named after Mirzo Ulugbek  
nozima.muratova@gmail.com*

The author researches Internet mass media as an independent segment in mass media system, analyzes scientists' positions and opinions concerning the characteristics and properties of this type of journalistic activity. The etymology and the lexical designation of the notions "Internet mass media" and "Internet journalism" are considered.

*Key words and phrases:* Uzbekistan Internet mass media; Internet journalism; lexical designation of the notion "Internet mass media"; lexical designation of the notion "Internet journalism".