

ФИЛОЛОГИЯ*(шифр научной специальности: 10.02.19)*

УДК 81

В.А. Лазарев, Е.В. Андрианова*Южный Федеральный Университет**г. Ростов-на-Дону, Россия*

valazarev@sfnedu.ru

**ВЛИЯНИЕ ИНТЕРНЕТА В ВЕКТОРЕ МАСС-МЕДИА
НА ПОПУЛЯРНОСТЬ ПЕЧАТНЫХ СМИ:
ДИАХРОНИЧЕСКИЙ И СИНХРОНИЧЕСКИЙ ПОДХОДЫ*****[Vladimir A. Lazarev, Evgeniya V. Andrianova Influence of the internet
on the popularity of print media in the vector of mass media:
diachronic and synchronic approaches]***

This article aims to trace the relationship and mutual influence of electronic mass media, in connection with the advent of the Internet, on the popularity and subsequent development of print media. The author reveals the main distinctive characteristics of different types of media, analyzes the process of media development and their impact on the audience. The article is devoted to a comprehensive study of the influence of the Internet on the popularity and future of print media. The authors consecrated a brief history of media development, revealed the mutual influence of different types of media on the popularity of each other. Considerable attention is paid to the Internet as a factor in the further development of print media. As a research task, the authors identified an attempt to assess the future of print media in the vector of their relationship with the Internet media. In conclusion, the authors conclude that the Internet neither in the near nor in the fairly distant future will not be able to displace completely printed magazines and Newspapers. Based on the research disclosed in this article, there is some intrigue about the future of all types of media, and in particular print, a factor in the development of which is the Internet.

Key words: Internet, mass media, influence, popularity, mass communication, print media, characteristics, audience, progress.

Исследования различных аспектов СМИ в жизни общества не утратят свою актуальность никогда, т.к. с развитием прогресса, учитывая всевозможные трансформации нашей общественной жизни, СМИ также подстраиваются под все эти многочисленные изменения, что определяет интерес исследователей к указанной проблематике и важность изучения данного вопроса. СМИ освещают актуальные общественные вопросы, тем самым влияя на поведение и мнения людей, как в обществе в целом, так и индивидуально. Ин-

интересным представляется сравнение самого первого вида средств массовой коммуникации – газеты и наиболее прогрессивного – электронных масс-медиа. Каковы же предпосылки перехода СМИ в электронную сферу и как повлияли интернет масс-медиа на популярность печатных СМИ?

Чтобы не потерять свое место в стремительно меняющемся мире, в культурной и образовательной среде, в информационном пространстве, адекватно отвечая на появляющиеся медийные вызовы, СМИ максимально подстраивается под возникающие запросы аудитории, эволюционируя вместе с ней и со временем. Важнейшим приоритетом для современных СМИ сегодня является мультимедийный путь развития, который базируется на производстве и распространении качественного информационного контента на просторах интернета. Интернет является способом представления информации, значительно отличающимся от первоначальных средств массовой коммуникации, своей интерактивной сущностью, масштабностью и высокой гибкостью.

Я.Н. Ясурский в своей статье о журналистике утверждает, что печать является самым первым видом средств массовой информации. Истоки книгопечатания уходят к деятельности Иоганна Гутенберга, который изобрел печать с набора, состоявший из отдельных литер. Это произошло в середине XV в. и уже к началу XVI в. напечатанные книги исчислялись сотнями тысяч, именно благодаря использованию изобретенного печатного станка. Стимулом для возникновения и столь широкого распространения подобного изобретения послужило интенсивное развитие капиталистической экономики, повлекшей за собой довольно бурный торговый и культурный обмен. Это послужило причиной возникновения потребности в информации. И еще одним фактором стало усложнение политических отношений и политическая нестабильность [1].

В целом история СМИ складывалась под воздействием многочисленных факторов, повлиявших на их содержание, характер и способы донесения до целевой аудитории. История развития средств массовой информации – история развития человеческой мысли, культуры, прогресса, образования. Подобно истории человеческого общества, история СМИ также насыщена глубоко драматическими событиями, т.к. СМИ находится в максимальной взаимозависимости от общества. На протяжении нескольких веков множество ученых отмечали увеличение роли средств массовой коммуникации абсолютно во всех сферах человеческой жизни.

С усложнением человеческих взаимоотношений и с развитием научно-технического прогресса появлялись все более и более развитые средства массовой информации. На рубеже XIX-XX вв. произошло несколько революционных технических открытий, которые заложили основу для радио и телевидения – новых средств массовой информации. А с появлением интернета цивилизация шагнула еще дальше. Интернет дал огромное разнообразие вариантов для организации дистанционного общения между людьми. Возможности интернет-коммуникации все больше расширялись и уже достигли глобальных масштабов. Интернет начал становиться все более важным источником информации, чем ежедневные газеты. Сейчас он воспринимается и как средство массовой информации, и как гигантская библиотека, и как бизнес-пространство.

Количество людей, предпочитающих читать бумажную прессу, с каждым годом стало сокращаться. Ведь интернет – уникальное, усовершенствованное СМИ, которое вызывает огромный интерес аудитории и дарит новые возможности общения, получения и хранения информации, возможность учиться и работать, познавать нечто новое и всегда шагать в ногу со временем.

Главной отличительной чертой интернет-СМИ от прочих источников информации является уникальная возможность предоставлять самую свежую информацию вне зависимости от времени суток и ее объема.

Это достигается благодаря следующим специфическим свойствам:

- Мультимедийность (т.е. возможность передачи информации в разных знаковых системах: видео, фото, в звуковой системе, в вербальной, в графической),
- Гибкость. Возможность быстро обновлять информацию, под воздействием предпочтений аудитории. Посетители интернет-страницы могут сами участвовать в ее построении,
- Гипертекстуальность (имеется в виду система взаимосвязи между отдельными документами посредством специальных гиперссылок),
- Интерактивность (имеется в виду взаимный информационный обмен потребителя с источником данной информации. Интерактивность в интернет-СМИ – это уже не письма в редакцию, как это обычно осуществляется в печатной прессе, а уже и возможность пользователя в режиме реального времени принять участие в создании контента СМК,

одновременно обсудить с другими читателями наиболее волнующие вопросы и подкорректировать направление развития сюжета. Это позволяет зрителю становиться соавтором, а также полноправным участником самого процесса творческой коммуникации).

- Оперативность. Интернет позволяет передавать информацию мгновенно по мере ее поступления.
- Неограниченный объем изданий. Тогда как печатные СМИ имеют ограничения объема выпуска; радио- или телепередачи ограничены временем эфира, в интернет-изданиях возможно разместить неограниченное количество материала (хоть графического, хоть текстового). Это позволяет увеличить количество публикуемых новостей и охват целевой аудитории.
- Низкая себестоимость. Невысокая себестоимость создания и содержания сетевого СМК позволяет легко выйти на рынок Интернет масс-медиа.
- Доступность. При наличии гаджета, имеющего выход в Интернет Вы можете прочитать сетевое издание из любой точки земного шара.
- Возможность архивации. Особенно актуальны архивы для сайтов новостей. Когда архив становится все больше и больше, он становится невероятно полезным ресурсом.
- Неограниченный географический охват. Для интернет-СМИ не существует территориальных границ.
- Возможность повторного информирования. Телевизионные и радиопередачи невозможно повторно просмотреть без специальной предварительной записи на специальный носитель информации, в то время как к текстам интернет-изданий, подобно печатным СМИ, Вы сможете обратиться в любое время.
- Интерактивность. Возможность не только сообщать что-то обезличенному читателю, но и узнавать его реакцию.
- Измеримость. Интернет обладает интересными инструментами (такими как, счетчики посещений), которые позволяют моментально или в самые кратчайшие сроки оценить популярность какой-либо публикации.

Рассмотрев все характеристики интернет vs масс-медиа, можно с уверенностью сказать, что интернет сегодня прекрасно сочетает в себе характеристики всех возможных масс-медиа. В сети интернет можно изучить новост-

ные и различные аналитические материалы - прототип газет; прослушать в режиме online радио; прочесть интересные развлекательные материалы; и, конечно же, посмотреть увлекательный фильм или просто свежую новостную ленту. Важно отметить такую отличительную особенность интернета, как коммуникационная сеть. Эта особенность дает превосходную возможность общения. Владельцы сайта могут не только снабжать пользователей сети какими-либо сведениями, а также они могут сами получать нужную информацию от потребителей – так называемая «обратная связь».

В силу таких уникальных особенностей интернет-СМИ и стремительного перехода аудитории в виртуальную сферу многие ученые стали размышлять об угасании и даже возможной гибели бумажных периодических изданий.

Согласно электронному ресурсу Хабр, интернет изменил процесс производства, потребления, а также скорость распространения информации. В современном мире становится все меньше людей, которые будут ждать свежего выпуска печатной газеты, чтоб прочитать в ней свежие, как им кажется, но по факту вчерашние новости [2]. Сегодняшние новости мы можем узнать сегодня в интернете. Эти веяния современности начали приводить к тому, что многие газеты начали сокращать свои новостные разделы, да и в целом тиражи.

У этих тенденций есть и другая сторона. Сторонники бумажной прессы часто жалуются на то, что информация в интернете зачастую бывает непроверенной в отличие от более ответственных печатных редакций. Скорость доставки информации онлайн далеко не всегда сопровождается ее качеством.

Стоит упомянуть и о минусах интернет масс-медиа. Как бы парадоксально ни звучало, но одна из проблем интернета заключается в переизбытке информации. Интернет масс-медиа содержат столько информации, что потребителю становится сложно вообще сориентироваться, что именно ему интересно, переварить всю предлагаемую информацию и вообще сохранять концентрацию, не отвлекаясь на вечно мелькающую рекламную и прочую информацию. Читатель хочет, чтобы ему отбирали все самое интересное.

Печатная пресса тем и отличается от Интернета, что обычно проверяет информацию, которую публикует, а не закидывает читателей фейками. Доверие современной аудитории к СМИ в эпоху интернета заметно снизилось. К тому же просмотр информации в интернете почти всегда сопрово-

ждается многочисленной рекламой и спамом, которые очень отвлекают и даже раздражают уставшую от навязчивости аудиторию. В печатных СМИ этот пункт технически невозможен.

В Европе и Америке тиражи печатных изданий потихоньку увеличиваются, а в Азии – просто взлетели. В Японии, где технологии и прогресс являются самыми высокими, люди выписывают сразу по несколько печатных изданий. Газеты там выходят многомиллионными тиражами. В 2017 году тираж американской газеты «New York Times» увеличился в 10 раз, легендарной «The Wall Street Journal» вырос втрое, а «Los Angeles Times» – более чем на 60 процентов. Именно неспешность помогает сегодня газетам восстанавливать свои позиции. Быстрота вредит качеству материала. Новостной сайт может отлично выполнять функцию оповещения. Но без аналитики, оценки произошедших событий, проверки фактов информация выглядит неполноценной.

Интересны результаты исследования будущего СМИ и потребления цифрового медиа-контента в США, Великобритании и других англоязычных странах в период до 2020 года. В итоговом докладе, опубликованном в газете «The Guardian», отметили, что «доля дохода от цифрового контента на общем рынке газетной, книжной и журнальной индустрий в более чем 50 англоязычных странах мира в 2020 году составит всего 24 процента. Поэтому траты потребителей и рекламодателей, несмотря на разговоры об упадке бумажных СМИ, будут сконцентрированы на печатной прессе» [4]. В отраслевом докладе Роспечати отмечается: «Бумажная версия, даже как элитный продукт для наиболее продвинутой и состоятельной аудитории, каковой собственно и является аудитория качественной печатной прессы в любой стране, должна выходить как можно дольше. В идеале – всегда» [5].

Напрашивается вывод, который Кихтан В.В. рассмотрел в своей статье «Информационные технологии в журналистике» о том, что Интернет ни в ближайшем, ни в довольно отдаленном будущем не сможет вытеснить абсолютно полностью печатные журналы и газеты. Новое никогда не бывает лучшим для всех. И даже при наличии различных вариантов коммуникации к Интернету будут психологически тяготеть люди, стремящиеся жить «на больших скоростях», которые желают быть причастными к формированию и изменению нашей общественной жизни и принятию решений в режиме реального времени. Люди данного типа не составляют

большинства населения ни в одной нации, но их финансовые возможности могут быть несколько выше, чем у более консервативных обывателей нашей планеты в силу необходимости определенного материального состояния на приобретение специальных девайсов.

Л И Т Е Р А Т У Р А

1. *Засурский Я.Н.* Журналистика: от Гутенберга до Билла Гейтса // Отечественные записки. 2003. № 4.
2. Интернет и СМИ // Хабр [Электронный ресурс] // <https://habr.com/ru/post/60677/>
3. *Кикхан В.В.* Информационные технологии в журналистике. Ростов-на-Дону, 2004.
4. Российская периодическая печать. Состояние, тенденции и перспективы развития // <http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2016/pechat.html>
5. Российская периодическая печать. Состояние, тенденции и перспективы развития в 2018 году // <http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2019/pechat1.html>

R E F E R E N C E S

1. *Zasursky Y.N.* Journalism: from Gutenberg to Bill Gates // Russian Notes. № 4. 2003.
2. The Internet and the media // Habr [Electronic resource] // <https://habr.com/en/post/60677/>
3. *Kikhtan V.V.* Information technology in journalism. Rostov-on-Don, 2004.
4. Russian periodicals. Status, trends and development prospects // <http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2016/pechat.html>
5. Russian periodicals. Status, trends and development prospects in 2018 // <http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2019/pechat1.html>

12 ноября 2019 г.