

УДК 070:004.738.5

Оксана Самуляк

## ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ МЕРЕЖЕВИХ ЗМІ

*У статті розглядаються актуальні проблеми, пов'язані з діяльністю інтернет-видань.*

**Ключові слова:** інтернет-видання, інформаційний простір, засоби масової інформації, Інтернет.

### ***O. Samulyak. The advantages and disadvantages of online mass-media***

*Article is devoted to urgent problems of legislative regulation of activity the Internet – mass-media.*

**Key words:** Internet-mass-media, informational space, media, journalist, Internet

### ***O. Самуляк. Преимущества и недостатки сетевых СМИ***

*В публикации рассматриваются актуальные проблемы, связанные с работой интернет-изданий.*

**Ключевые слова:** интернет-издания, информационное пространство, средства массовой информации, Интернет.

Сучасні засоби масової інформації можна поділити на два різновиди: онлайніві (від англ. online – в мережі), що являють собою інтернет-видання, та офлайніві (від англ. offline – поза мережею) – преса, радіо, телебачення. Однак дедалі більше офлайнівих медіа прагнуть працювати водночас і в мережі й намагаються послуговуватися новітніми технологіями.

У Окінавській Хартії Глобального Інформаційного Суспільства сказано, що «інформаційно-телекомунікаційні технології (ІТ) є одним із найбільш важливих чинників, які впливають на формування суспільства ХХІ сторіччя. Їх революційний вплив стосується способу життя людей, їх освіти й роботи, а також взаємодії уряду та громадянського суспільства. ІТ швидко стають життєво важливим стимулом розвитку світової економіки. Вони також надають можливість багатьом ініціативним індивідуумам, фірмам та спільнотам у всіх частинах земної кулі більш ефективно і творчо вирішувати економічні та соціальні проблеми. Величезні можливості ІТ мають бути розділені всіма нами» [5].

Одними з перших ЗМІ в Україні, які почали працювати в онлайн-режимі, стали саме друковані, в першу чергу газети. А з часом окремі з них взагалі перестали існувати у своєму традиційному вигляді, а утворили інтернет-версії. Однак найпоширенішою та найактуальнішою нині є така тенденція: газети видрукуюють певний тираж, але при цьому водночас розміщують зразок часопису на своєму сайті. Серед таких українських періодичних видань, представлених у Інтернеті, можна назвати газети «Дзеркало тижня», «День», «Сьогодні», «Газета по-українськи», журнали «СНІР», «ПіК».

Навіщо газетам створювати власні онлайн-версії? Перша і очевидна перевага – загальнодоступність. Мережеву версію регіональної газети можна прочитати, перебуваючи в будь-якій точці Землі (за умови доступу до Інтернету, звичайно). Саме це стало мотивом для створення більшості інтернет-версій газет, українських також. Інтернет натомість дає змогу запровадити низку послуг, які поза ним неможливі, або ж надзвичайно складні для користувача [3].

Саме тому публікація періодики в режимі онлайн має чимало переваг. Серед них:

**Швидке та часте оновлення інформації по мірі її надходження.** Інтернет-газети мають змогу оновлювати сторінки миттєво, по мірі надходження інформації.

**Залучення читачів до співпраці.** Опублікувати свої матеріали в онлайн-версіях ЗМІ та електронних версіях офлайнової періодики можуть не лише працівники редакції, а й зацікавлені читачі.

**Републікація матеріалів (передруки з інших ЗМІ).** Завдяки цьому інтернет-видання стають більш інформаційно насиченими, висвітлюють ширший діапазон подій, подаючи різні, часто діаметрально протилежні погляди.

**Наявність форумів та гостьових книг.** Завдяки широкій інтерактивності мережі, користувачі сайтів та читачі періодики мають змогу диспутовати, обмінюватися думками, обговорювати проблеми, підняті у журналістських матеріалах.

**Проведення опитувань.** ЗМІ, які мають інтернет-сторінки, за допомогою анкет оперативно можуть обговорити з читачами ту чи іншу проблему, провести міні-соціопитування.

**Легкий доступ до архівних матеріалів.** Якщо для того, щоби переглянути матеріал річної давності в друкованих ЗМІ, потрібно зберігати об'ємні підшивки, то у електронній періодиці в мережевих архівах за допомогою одного кліку мишки можна відкрити номер будь-якої давності й відшукати у ньому потрібний матеріал.

**Використання «закладок».** Читач, знайшовши потрібну йому інформацію у мережевих ЗМІ, має змогу додати її до своїх персональних «закладок» (зберегти її адресу) і в будь-який зручний для нього час повернутися до прочитання цього матеріалу.

**Можливість робити тематичні добірки інформації.** Деякі видання ведуть такі добірки, а у деяких є спеціальні пошукові служби в архіві видання.

**Оперативність.** У мережі майже миттєво можна знайти необхідну інформацію будь-якої давності з різноманітних джерел.

**Наявність систем пошуку.** За допомогою спеціальних електронних пошукових систем у онлайн-ЗМІ можна відшукати будь-який матеріал, знаючи лише уривок із заголовку, цитату з матеріалу чи прізвище автора. Ефективність пошуку залежить від обсягу і повноти архіву публікацій.

**Можливість використовувати для роботи фрагменти матеріалів.** (Копіювати, переробляти, цитувати, видруковувати, надсилати електронною поштою).

**Персональний підхід.** Завдяки постійно діючим опитуванням Інтернет-ЗМІ мають змогу дізнаватись думки та побажання читачів та оперативно реагувати на них.

**Економічність.** Сьогодні значно дешевше читати пресу в мережі, аніж купувати друковані примірники.

**Зворотний зв'язок.** Інтерактивність Інтернету дає змогу зробити зворотний зв'язок з читачами максимально швидким і зручним. Читаючи матеріал в Інтернеті, будь-хто може відреагувати на нього, написавши електронного листа на адресу редакції.

**Гіпертекстуальність – наявність гіперпосилань.** За визначенням Універсального словника-енциклопедії, гіпертекст – це комп'ютерний спосіб подання інформації; відображуваний на екрані монітора текст містить виділені (напр., кольором) слова, звертання до яких викликає висвітлення подальшої інформації. Таким чином, читачі легко можуть знаходити різноманітну інформацію на тему, яка їх зацікавила.

Інтернет-версії газет, як бачимо, мають чимало переваг порівняно з друкованими ЗМІ, у яких:

- частина тиражу залишається не розкупленою;
- необхідно використовувати службу доставки;
- доставка за межі країни істотно обмежена;
- важко робити тематичні добірки інформації з підшивки;
- незручно збирати підшивки газет і журналів;

- вкрай утруднений пошук необхідної статті в підшивці;
- важко використовувати знайдені матеріали для часткового відтворення;
- помилки, допущені при друці, неможливо виправити;
- необхідний друк накладу [4].

Однак суттєвою різницею між онлайн-засобами масової інформації та їхніми офлайн-аналогами є те, в якому режимі їхня аудиторія користується інформацією. Так, дослідження показало, що Інтернет-ЗМІ фактично не використовують функцію «прочитати пізніше». Поодинокі випадки її використання лише підтверджують той факт, що інформація в Інтернеті споживається в режимі реального часу. Для сприймання інформації в реальному режимі більш пристосовані офлайн-медіа [1, с. 182]. Окрім того, читання інтернет-версій газет передбачає наявність комп'ютера, підключення до мережі та уміння користуватися ПК, що нині є доступним не кожному.

Проте це аж ніяк не зменшує кількість переваг електронних ЗМІ, які задовольняють основні вимоги маркетингу: «дешево (або навіть безплатно), якісно, швидко. Інтернет відповідає цим принципам як з боку користувача, так і з боку власника сайту. Нині без зайвих зусиль безплатно і дуже швидко можна мати найважливішу інформацію. Шалений темп розвитку технологій кінця двадцятого століття – це лише початкова швидкість наступного. А розумно економити свої гроші і час модно буде завжди. Оперативність і простота – перше, чого потребує людина, яка користується Інтернет» [6]. Саме тому майбутнє ЗМІ за онлайн-журналістикою.

### Література:

1. Артамонова І. Системні характеристики онлайн- та офлайн-ЗМІ, Вісник СумДУ. Серія «Філологія». – № 1. – 2008. – С. 182.
2. Давыдов И. Массмедиа Рунета. Основные тенденции развития и анализ текущей ситуации: аналитический доклад // Среда. – 2001. – № 11-12. – [www.inter-news.ru/sreda/rubrik/internet.htm](http://www.inter-news.ru/sreda/rubrik/internet.htm).
3. Данилюк А. Інтернет як засіб інтеграції традиційних ЗМІ в Україні. – [media-journal.franko.lviv.ua](http://media-journal.franko.lviv.ua).
4. Електронна бібліотека Інституту журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка. – <http://journalib.univ.kiev.ua>.
5. Електронна Україна. – <http://www.e-ukraine.biz/ukraine7.html>.
6. Сова Ю. Майбутнє інтернет-журналістики на Україні. – <http://h.ua/story/86743>.
7. Чабаненко М. До питання якості вітчизняних Інтернет-видань. – [http://www.franko.lviv.ua/mediaeco/merereg\\_zmi/chabanenko.htm](http://www.franko.lviv.ua/mediaeco/merereg_zmi/chabanenko.htm).