

ББК Ч600.003.6
УДК 004.738.5

Т. А. Мудрак
T. Mudrak
г. Челябинск, ЮУрГУ
Chelyabinsk, SUSU

**СПЕЦИФИКА ИНТЕРНЕТ-СМИ КАК ПЛОЩАДКИ
ДЛЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ДИАЛОГА
PECULIARITIES OF ONLINE MEDIA AS A PLATFORM FOR SOCIAL
DIALOGUE IMPLEMENTATION**

Аннотация: В статье рассматривается диалог как коммуникация и взаимодействие между различными субъектами, институтами, а также методы его осуществления в интернет-СМИ. Опираясь на специфические характеристики интернет-пространства, мы определили эффективность интернет-СМИ как площадки осуществления общественного диалога.

Ключевые слова: интернет-СМИ; общественный диалог; особенности интернет-СМИ.

Abstract: The article deals with dialogue as means of communication and interaction between different actors, institutes and also the methods of its implementation in online media. The efficiency of online media as a platform for social dialogue is defined based on features of Internet.

Keywords: online media; social dialogue; online media features.

СМИ играют важную роль в консолидации общества, что особенно актуально в условиях напряженной международной обстановки, нестабильной экономической ситуации, мощного информационного воздействия, развернутого в отношении России.

Интернет-СМИ – один из важных участников в политической жизни страны, эффективный посредник во взаимоотношениях власти, населения, общественных организаций и объединений. Благодаря доступности, близости к аудитории, оперативности, уникальным возможностям в отображении интересов населения, интернет-СМИ способны выражать интересы граждан и социальных групп. Они могут влиять на политическую сферу, формировать общественный диалог. Сегодня, когда ведутся многочисленные дискуссии о проблемах формирования гражданского общества, особенно актуальной является тема организации общественного диалога.

В. С. Коваленко в своей статье «Общественные объединения: эффективные формы гражданского диалога с властью» дает следующее определение общественного диалога: «... это путь, ведущий от разногласий и конфликтов к взаимопониманию и сотрудничеству сторон дискурса» [2].

Интернет-издания чаще предоставляют различные взгляды, позиции, используют возможности для обмена мнениями, формируют диалог. Сегодня многосторонний общественный диалог все чаще смещается в Интернет. Мы полагаем, что именно интернет-СМИ являются площадкой, на которой граждане формулируют инициативы, озвучивают проблемы и объединяются для их решения. Наличие обратной связи, интерактивных сервисов на сайте, оперативность, доступность способствуют развитию изданий в Интернете как эффективного ресурса для построения гражданского общества.

Специфические особенности интернет-СМИ расширяют возможности проведения общественного диалога. Новые способы коммуникации, которые предоставляет нам виртуальное пространство, позволяют интернет-СМИ взаимодействовать с обществом через свои публикации более эффективно.

Это обусловлено, в первую очередь, специфическими характеристиками интернет-СМИ, к которым можно отнести интерактивность, мультимедийность и гипертекстуальность.

Интерактивность – это многосторонний информационный обмен с потребителем, причем как с отдельными представителями, так и с аудиторией в целом [3]. Подобное специфическое свойство можно обнаружить и в традиционных СМИ: периодической печати, телевидении и радиовещании. Однако потребитель продукта традиционных СМИ пассивен в коммуникационном процессе. Интернет же выводит на новый уровень коммуникативные функции СМИ, обеспечивая быстрое реагирование больших масс людей.

Мультимедийность как еще одна особенность интернет-СМИ предполагает совмещение в одном материале нескольких способов подачи информации: текста, видео, аудио, фото, инфографики, анимации, графики.

Гипертекстуальность – третья особенность интернет-СМИ. Благодаря возможности размещения в тексте ссылок, материал превращается в единство и множество текстов одновременно, которые объединены общей тематикой и проблемой.

Все эти специфические характеристики интернет-СМИ позволяют им более эффективно организовывать общественный диалог. К формам организации общественного диалога можно отнести:

- разнообразие рубрик;
- многообразие тем;
- инфографику;
- возможность комментирования;
- форум, чаты;
- консультации;
- акции;
- тесты, викторины.

Рассмотрим отдельно каждую из этих форм.

Политика, экономика, бизнес, общество, спорт, культура являются стандартными рубриками в каждом издании. Помимо этого, каждое интернет-СМИ со-

здает свои собственные. Например, «РИА Новости» предлагают читателям познакомиться не только с рубриками, но и с подрубриками. Например, отдел «Происшествия» делится на «Криминал», «Расследования и суды», «Конфликты и беспорядки» и на «Бедствия и катастрофы». Подобный уникальный ход издания может не только привлечь читателя, но и обратить внимание на важные проблемы в обществе.

Широкий диапазон исследуемых тем позволяет затронуть журналистам каждую сферу общества, поднять самые проблемные вопросы в своих материалах. Это позволяет не только осветить какую-либо ситуацию, но и привлечь читателя к описываемой проблеме. Например, «Lenta.ru» предлагает читателю ознакомиться с множеством тем, которые позволяют создать более полную картину мира: «Мир», «Россия», «Бывший СССР», «Силловые структуры», «Ценности». Казалось бы, разделы «Россия» и «Силловые структуры» имеют точки соприкосновения, но они не похожи, как это выглядит на первый взгляд. Интернет-СМИ четко разделяет материалы по тематике. Стоит отметить, что каждое издание формирует собственные тематики, которые соответствуют характеру СМИ.

На сегодняшний день визуализация текста является неотъемлемой частью хорошего материала. Картинки, инфографика и прочий визуальный контент могут быть как дополнением к основной части публикации, так и самостоятельным носителем информации. Например, интернет-СМИ «Спутник и погром» предлагает читателям отдельную рубрику «Картинки», в которой представлены изображения по какому-либо информационному поводу. Как отмечает К. В. Нефедьева, инфографика – это новый, эффективный способ, который позволяет донести информацию, данные и знания посредством визуальных образов [4]. Инфографика прежде всего совершенствует процесс восприятия информации. Сложная информация подается простыми образами в компактном виде, что делает инфографику привлекательнее обыкновенного текста.

Комментарии – это еще одна форма осуществления общественного диалога и на сегодняшний день их можно найти в каждом интернет-издании (например, интернет-журнале «Сноб»). Порой именно в комментариях можно найти наиболее острые проблемы общества, которые позже отражает в своих материалах журналист.

Форумы и чаты являются разновидностями комментария, а также формами осуществления общественного диалога. Примеры таких форм можно обнаружить не так часто, однако они присутствуют. В интернет-издании «ИноСМИ.ру» есть даже отдельный раздел «Форум», где создается беседа на какую-нибудь тему, и каждый желающий высказывает свое мнение.

Можно найти в интернет-изданиях и консультации. Эта форма осуществления общественного диалога, например, присутствует в «Автовзгляде». Раздел «Эксперты» состоит из вопросов читателей и ответов на них юридических консультантов сайта.

Различные акции, проводимые интернет-изданиями, также будут являться формами осуществления общественного диалога. Обычно СМИ посвящают материалы какой-либо акции, например, в «The Village».

Интересные викторины, тесты привлекают читателя, так как предоставляют необычную подачу информации. Снова приведем в пример информационное агентство «ТАСС». Журналисты этого ресурса предлагают различные виды подачи информации, в том числе и в виде теста. Здесь читатель может не только проверить свои знания по какому-либо поводу, но и расширить кругозор.

Общественный диалог – это путь, ведущий от разногласий и конфликтов к взаимопониманию и сотрудничеству сторон дискурса. В интернет-СМИ общественный диалог эффективен, так как наличие обратной связи, интерактивных сервисов на сайте, оперативность, доступность способствуют развитию изданий в Интернете как эффективного ресурса для построения гражданского общества.

Библиографический список

1. Калмыков, А. А. Интернет-журналистика / А. А. Калмыков, Л. А. Коханова. – <http://www.eartist.narod.ru/text16/022.htm> (дата обращения: 12.03.2016).
2. Коваленко, В. С. Общественные объединения: эффективные формы гражданского диалога с властью / В. С. Коваленко. – http://www.intelros.ru/pdf/Philos_nauki/2012_17/16.pdf (дата обращения: 15.02.2016).
3. Лукина, М. М. СМИ в пространстве интернета / М. М. Лукина, И. Д. Фомичева. – <http://eartist.narod.ru/text19/034.htm> (дата обращения 13.03.2016).
4. Нефедьева, К. В. Инфографика – визуализация данных в аналитической деятельности / К. В. Нефедьева // Труды Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. – 2013. – Т. 197. – С. 89–93.