

Ибрагимов Н. А.

*Ст. преподаватель Университета
иностранных языков и деловой
карьеры*

Ниязгулова А.А.

*Доцент кафедры телерадиожурнали-
стики КазНУ им. аль-Фараби*

СПЕЦИФИКА ПОДАЧИ ИНФОРМАЦИИ В ОНЛАЙНОВЫХ ИЗДАНИЯХ

Мақалада онлайн баспаларының
ерекшеліктері қаралады. Электрондық
баспалардың тілі мен стилі талданады.

In article activity the Internet of mass-media, its
specificity and advantages in comparison with
printing editions is analyzed. Also features of
language and style online of mass-media are
considered.

Закон Республики Казахстан «О сред-
ствах массовой информации» от 23
июля 1999 года определял сайт как
«подготовленную при помощи специальных
технических и программных средств электрон-
ную представительскую страницу физического
либо юридического лица Республики Казахстан,
на которой собственник размещает информацию
в целях массового распространения». /1/ Данное
определение в связи с широким развитием воз-
можностей компьютерных технологий устарело
. Оно не отражает информацию, передающуюся
через интернет-телевидение, интернет- радио,
блоги, форумы и другие новые технологии. В
связи с этим принят новый закон об Интернете
в 2009 году, где применяется более широкий
термин «интернет- ресурс», который является
«электронным информационным ресурсом». /2/

Каждое уважающее себя средство массовой
информации в РК имеет электронную версию в

интернете - адрес в сети и представляет собой написанную с помощью языка HTML программу, с помощью которой администратор сайта может управлять страницей – создавать нужный дизайн, размещать статьи, видео – и аудиоролики. Этот сайт представляет собой системную структуру страниц, которые объединены гиперссылками.

В отличие от печатного издания восприятие экрана усложняется вследствие напряжения глаз при чтении с экрана, поэтому интерес снижается уже через несколько минут непрерывного чтения и просмотра. Отсюда вытекают и требования к веб-дизайну, к написанию текстов для интернет-СМИ. Специфика восприятия информации с экрана предъявляет определенные требования к оформлению интернет изданий, к необходимости сокращения объемов текста, его структуризации, увеличению количества фотографий, отвлекающих внимание читателя и снимающие напряжение. Поэтому основное требование к оформлению интернет-издания- создавать яркие заголовки, писать захватывающие анонсы. Посетитель электронного издания в первую очередь видит заголовки, анонсы, а затем переходит на интересующую его страницу. Посетитель одним кликом мыши может перейти на другой сайт, поэтому ответственность за дизайн сайта – удержание внимание читателя- огромно.

Внимание читателя, привлеченное заголовком, должно быть удержано на протяжении всего текста. Это накладывает ответственность на каждого автора, статья которого обсуждается тут же – на форуме, имеется возможность подсчитать число просмотров. Прозрачность работы корреспондента порождает конкуренцию среди журналистов и возлагает ответственность за написанные строчки. Таким образом, форум – специфическая черта интернет СМИ, значение которой журналисты осознали спустя несколько лет после появления интернета

Особенностью обратной связи в интернет-СМИ в отличие от писем читателей в газету и телефонных звонков в студию, является анонимность. Читатель, оставивший комментарий, может не называть себя.

Существование Интернета зависит в первую очередь от технических составляющих - информацию мы получаем с экрана монитора. Это приближает интернет к телевидению, но в отличие

от телевидения, в режиме он-лайн мы имеем богатый выбор сайтов, блогов. В связи с этим интернет становится в последние годы широко распространенным средством массовой информации для определенной аудитории .

Оно является более оперативным средством передачи информации в отличие от телевидения, где требуется время на монтаж сюжета. Но несмотря на многие преимущества, интернет, в отличие от телевидения, все же ориентирован на определенную интеллектуальную среду.

Подача текста с помощью текста и фотографии приближают интернет к печатным СМИ.

Таким образом, Интернет-СМИ представляет собой симбиоз телевидения, радио и печатной газеты.

Его преимуществами являются;

1. оперативность подачи информации;
2. наличие обратной связи с помощью форумов;
3. анонимность обратной связи;
4. маленькая себестоимость создания и поддержки такого СМИ.

Казахстанские интернет издания появились на информационном рынке намного позже, чем в США, европейских государствах и других информационно развитых странах мира, где дешевизна пользования линиями глобальной сети и его повсеместная распространенность, превращающая всемирную сеть в средство досуга и развлечения, сделали интернет-издания популярными.

Уровень вовлеченности населения во всемирную сеть в развитых странах мира, дешевизна интернет соединения приблизили уровень его охвата к уровню охвата телевидением, а в некоторых государствах количество пользователей интернет- информацией даже превышает число пользователей печатной продукцией и телевидением.

Таким образом, интернет распространяется семимильными шагами. Число пользователей сети растет и в Казахстане. Все это налагает ответственность как на организации подготовки журналистов для интернет-СМИ, так и на действующие онлайн издания, пытающиеся охватить большую аудиторию.

1. Закон РК «О средствах массовой информации» от 23 июля 1999 г.

2. Закон «Об интернете», 2009 г.