

**МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО И СРЕДНЕГО
СПЕЦИАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ УЗБЕКИСТАНА**

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

**Кафедра «Интернет журналистики и
информационных технологий»**

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

**ЖАНРЫ ТРАДИЦИОННЫХ СМИ В
ЭЛЕКТРОННЫХ ВЕРСИЯХ ИНТЕРНЕТ**

Магистрант: студент 2-курса ВЖК факультета
журналистики Национального
университета Пак Олег

Научный руководитель: доцент Кудратходжаев Ш.Т.

Официальный оппонент: доцент Халикова М.И.

ТАШКЕНТ-2012

РЕКОМЕНДОВАНО К ЗАЩИТЕ:

Декан факультета: доц. Мирсоатова М.С.
Заведующий кафедрой: доц. Кудратходжаев Ш.Т.
Научный руководитель: доц. Кудратходжаев Ш.Т.
Официальный оппонент: доц. Халикова М.И.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

**ТЕМА: ЖАНРЫ ТРАДИЦИОННЫХ СМИ В
ЭЛЕКТРОННЫХ ВЕРСИЯХ ИНТЕРНЕТА**

Магистрант: Студент 2-курса ВЖК
факультета журналистики НУУ Пак Олег

Решение ГАК: Оценить магистерскую диссертацию Пак Олега на
“_____”.
“___” “_____” 2012 год

Председатель ГАК:

Секретарь ГАК:

ТАШКЕНТ-2012

ВВЕДЕНИЕ

«Ускоренное развитие информационной сферы, обеспечение либерализации средств массовой информации (печати, телевидения, радио) должно составить обязательную составляющую процессов формирования основ гражданского общества. Говоря коротко – средства массовой информации должны на деле превратиться в «четвертую власть», - обратил внимание общественности Президент Узбекистана Ислам Каримов.

В этом направлении многое уже делается, но это нельзя соразмерить с тем, что предстоит еще сделать. Как отметил Президент Республики Узбекистан И.А.Каримов, «для того, чтобы средства массовой информации стали активными и последовательными защитниками интересов граждан и общества необходимо пересмотреть процесс подготовки кадров средств массовой информации, оказать помощь в усвоении современных методов и средств получения, анализа, подготовки и подачи информации».¹

В современном мире интернет занял особое место среди средств массовой информации, и мы можем констатировать факт рождения нового вида СМИ — информационных ресурсов, средой распространения которых и стал интернет. Однако среди исследователей не утихают споры, что именно среди множества интернет-сайтов можно считать средством массовой информации.

Журналистские материалы информационных ресурсов зачастую имеют свои типологические признаки и жанровые особенности. В них можно обнаружить черты всех знакомых традиционной журналистике жанров, но их сочетание нередко порождает нечто новое, чего никогда не видели газеты, журналы, радио и телевидение.

1. Каримов И. О средствах массовой информации.// Четвёртая власть.- Т.:Узбекистан, 1998, с. 63-67.

Новые технологические возможности интернета, неограниченность в объемах публикаций, использовании фото-, видео- и аудиоматериалов, доступность в любой точке мира делают онлайн-информационные ресурсы особенными и привлекают к ним все больше аудитории.

У жанрового разнообразия публикуемых в них журналистских материалов нет границ. Создавать можно что угодно и как угодно, использовать любые возможные материалы, любой вид информации. Границы журналистских жанров становятся все более размытыми: жанры трансформируются, перенимают черты других жанров, объединяются и образуют совершенно новые формы, поэтому к ним зачастую сложно применить традиционную классификацию. Особую роль в становлении новых жанров онлайн-журналистики играет возможность использования мультимедиа, которая спровоцировала появление групп мультимедийных и синтетических жанров.

Актуальность нашей магистерской диссертации состоит в необходимости расширять теоретическую базу журналистики, которая возникла наряду с появлением новых жанров. Тема использования мультимедиа в онлайн-информационных ресурсах начала обсуждаться лишь в последние годы и до сих пор остается малоизученной. В то время как интернет активно развивается и стимулирует появление новых форм. В результате появления большого количества онлайн-ресурсов, на информационном рынке сильно обострилась конкуренция. Теперь каждый ресурс борется за свою аудиторию, стремится предоставить пользователям информацию в наиболее удобной и интересной для них форме, прибегая при этом к изобретению новых жанров. Возможно, данная магистерская диссертация поможет редакторам и журналистам разобраться в тенденциях современной журналистики.

В основе нашей работы лежит исследование М. Лукиной, и сборник статей под ред. А. Качкаевой, научные статьи, опубликованные преподавателями кафедры Интернет журналистики и информационных технологий факультета журналистики НУУ..

Объектом исследования стали онлайн-информационные ресурсы. **Предметом** — специфика мультимедийных жанров, используемых в онлайн-информационных ресурсах.

Цель работы — охарактеризовать жанровую структуру онлайн-информационных ресурсов, выявить специфику используемых в них мультимедийных жанров.

Для достижения цели были сформулированы следующие **задачи**:

1. Выработать понятие онлайн-информационных ресурсов;
2. Выявить основные отличия онлайн-информационных ресурсов от традиционных изданий и подобрать для них подходящую классификацию;
3. Охарактеризовать жанровую структуру онлайн-информационных ресурсов;
4. Выявить особенности мультимедийных жанров по сравнению с традиционными;
5. Охарактеризовать использование мультимедийных жанров узбекистанскими онлайн-информационными ресурсами.

Глава 1. ЖАНРОВОЕ РАЗНООБРАЗИЕ

ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ

1.1 Понятие жанра в журналистике

Первое, с чем сталкивается исследователь интернета, взявшийся выявить жанровую типологию публикаций в сети, это присутствие всего во всем, и в каждом, и везде.

Черты традиционных журналистских жанров – репортажа, очерка, фельетона, корреспонденции и других – можно найти, если поискать, в любой сетевой публикации. А вот типичный веб-репортаж или типичный веб-фельетон, оказывается, отыскать весьма проблематично.

Подобные чистые жанровые формы можно встретить только в изданиях-клонах, но, как мы уже договорились, к веб-изданиям копии несетевых публикаций имеют такое же отношение, как показ по телевизору фотографии газетной полосы к телевизионной новостной передаче.

Вместе с тем анализ жанровых особенностей, конечно, необходим, если мы говорим об интернет-журналистике не только как о технологии производства и распространения массовой информации, но и как о части современной социально-культурной реальности с ее литературно-художественной самобытностью.

Этот анализ важен также и с другой точки зрения.

В культуре нет непроницаемых границ, и родившееся в одной области культуры неизбежно оказывает влияние на другие области. Следовательно, такое масштабное явление, как интернет-журналистика, не может не трансформировать журналистику в целом, внося новые художественные приемы представления массовой информации, а также видоизменяя сам стиль работы с массовой информацией. Например, телевидение не только пытается интегрировать веб-технологии в свои передачи, но даже в оформлении студий и заставок использует дизайнерские ходы Web.

Рискуем предположить, что влияние Web еще более значительно и касается в данном случае переосмысления самого понятия «жанровое различие».

Как известно, любой текст характеризуется как минимум двумя параметрами: содержанием (контентом) и формой (дизайном). Выражением типологии форм является жанр. Для асинхронной (off-line) информационной журналистики представление о жанре как о форме или дизайне текста вполне достаточно.

Вся масса созданных в журналистике произведений распределяется на жанры на основе целого ряда принципов. «Журналистский жанр — это элемент метаязыка интегрированных социальных коммуникаций или современный код, с помощью которого шифруется массовая информация СМИ и дешифруется аудиторией».

Понятие жанр происходит от французского слово «genre», что означает в дословном переводе — род, вид. Жанр — эта форма, в которой читателю (зрителю, слушателю) представляется подготовленный материал. Однако единого определения понятия жанр не существует, как и единой системы жанрового деления. Причин этому несколько: жанр, вид и род являются смежными понятиями, в результате чего их путают; жанры менялись, исчезали и появлялись в процессе исторического развития искусства, литературы и журналистики, поэтому границы между ними порой весьма расплывчаты; некоторые ученые выделяют несколько плоскостей жанровой дифференциации, каждая из которых отвечает какой-либо грани сложного строения и функционирования художественного произведения.

Многообразие и взаимопересечение принципов деления на жанры объясняет то, что до конца так и не прояснен вопрос: является ли жанр категорией содержания или категорией формы.

Как известно, любой текст характеризуется как минимум двумя параметрами: содержанием (контентом) и формой (дизайном). Выражением типологии форм принято считать жанр.

Различают три базовых способа отображения реальности: 1) фактографический, 2) аналитический, 3) образный.

Фактография фиксирует события и преобразует их в факты, которые отвечают на вопросы: где, что и когда произошло.

Аналитика фиксирует связи между фактами с целью выявления и представления закономерностей, разного уровня обобщения, а также прогнозирования возможных событий (фактов).

Образотворчество создает максимально емкое обобщенное представление в форме художественного образа целых классов и категорий явлений действительности. Нередко это обобщение достигает такого уровня, который называется публицистической (или даже художественной) типизацией, что сближает журналистику с художественной литературой.

Жанр определяется совокупностью структурно-композиционных средств, особенностями языка и стиля. Каждому жанру свойственен свой объем информативности и уровень обобщения фактов.

Л. Кройчик предлагает разделить журналистские тексты на пять групп:

- 1) оперативно-новостные — заметка во всех ее разновидностях;
- 2) оперативно-исследовательские — интервью, репортажи, отчеты;
- 3) исследовательско-новостные — корреспонденция, комментарий (колонка), рецензия;
- 4) исследовательские — статья, письмо, обозрение;

5) исследовательско-образные (художественно-публицистические) — очерк, эссе, фельетон, памфлет.

Таким образом, журналистские жанры можно охарактеризовать по тексту объему информативности и уровню обобщения фактов, в связи с чем можно выделить пять жанровых групп: оперативно-новостные, оперативно-исследовательские, исследовательско-новостные, исследовательские, исследовательско-образные.

1.2. Жанры традиционной журналистики

Жанр – это та форма, в которой представляется читателю (зрителю, слушателю) подготовленный материал. Разнообразие этих форм адекватно разнообразию самой действительности, что обеспечивает полноту ее отражения средствами массовой информации.

Термин «жанр» происходит от франц. *genre*, что означает род, вид. Впрочем, исходное значение термина не помогает нам прояснить, что такое жанр, так как в нем смешиваются родовидовые характеристики, по которым классифицируются произведения журналистики.

Вместе с тем, по мнению А.А Тертычного, жанровые различия существуют объективно и уже поэтому могут быть подвергнуты анализу.

...Тот тип произведений, который складывается исторически и определяется как жанр, существует объективно, независимо от мнений, как теоретиков, так и практиков. Вся масса созданных в журналистике произведений распределяется на жанры на основе целого ряда принципов деления. Дело в том, что у каждого конкретного произведения есть состав определенных характеристик. Такие характеристики возникают то ли относительно произвольно (когда автор не задумывается над тем, каким должен быть его текст), то ли в результате специальных творческих усилий автора (когда он заранее определяет, что должно быть отображено в тексте, как именно и с какой целью). Но в любом случае те тексты,

которые обладают схожими качествами, можно объединить в отдельные группы.

<...> Объединение это может быть произведено разными исследователями (или практиками) на самых разных основаниях, в зависимости оттого, что каждый из них считает наиболее важным объединяющим началом (именно это порождает разные представления о жанровой палитре журналистики). Но, разумеется, более верным будет то объединение, которое основывается на сходстве сущностных (но не второстепенных) признаков публикаций, включаемых в какую-то устойчивую группу. Уже после того как определен объединяющий признак (или признаки), его называют жанровым признаком, а группу объединенных им публикаций – жанром.

Кроме того, идентификация жанра – одна из задач коммуникаций в профессиональной журналистской среде. Действительно, при формулировке редакционного задания необходимо указать журналисту не только, о чем он должен подготовить материала, но и в каком жанре он должен быть написан. Опытному журналисту достаточно указать объем материала и в каком месте газетной полосы предполагается его поместить, чтобы он сам определил его жанровые особенности.

Так как публикация есть отражение в медийном пространстве актуальных социальных и природных событий, явлений, процессов, ситуаций во всем их многообразии, то способ отображения действительности должен быть адекватен (системно подобен) действительности, т.е. реалистичен ².

Различают три базовых способа отображения: 1) фактографический, 2) аналитический, 3) образный. Они опосредуют определенные уровни проникновения познающего субъекта в объект: от первоначального

² Отметим, что у художественной литературы, например, такого ограничения нет, так как художественная правда вовсе не обязана быть реалистичной, а художественные жанры вовсе не обязаны быть адекватными действительности.

чувственного созерцания к абстрагированию, теоретическому освоению его и далее – к созданию обогащенного, более полного конкретного образа предмета (в том числе – его художественного образа).

Фактография фиксирует события и преобразует их в факты, которые отвечают на вопросы: где, что и когда произошло, т.е. отражают свойства предметности (где и что) и актуальности (когда) действительности. Факт – это явление действительности.

Аналитика фиксирует связи между фактами с целью выявления и представления закономерностей, разного уровня обобщения, а также прогнозирования возможных событий (фактов).

Образотворчество создает максимально емкое обобщенное представление в форме художественного образа целых классов и категорий явлений действительности. Нередко это обобщение достигает такого уровня, который называется публицистической (или даже художественной) типизацией, что сближает журналистику с художественной литературой.

Именно присутствие образотворчества в журналистике позволяет говорить о единых корнях обоснования жанров в литературе и журналистике. При этом многообразии и взаимопересечении принципов деления на жанры объясняет то, что до конца так и не прояснен вопрос: является ли жанр категорией содержания или категорией формы.

Другое измерение жанрового пространства определяется тем, что жанровая форма предполагает определенный способ организации материала с изображением жизненных явлений. Жанр определяется совокупностью структурно-композиционных средств, особенностями языка и стиля. Каждому жанру свойствен свой объем информативности, свой уровень обобщения фактов. Жанр – исторически складывающийся вид произведения. В литературоведении – тип художественного произведения (в единстве специфических свойств его формы и содержания), принадлежащий к разным

литературным родам (эпос, лирика, драма). В жанре обобщаются черты, принадлежащие обширной группе произведений.

Это позволяет рассматривать жанр как типологическое явление, исторически устойчивое, свойственное произведениям разных эпох и направлений.

К жанрообразующим факторам относят:

- содержание произведения (тематика, проблематика);
- способ повествования, описания, воспроизведения событий, явлений, системы образов, героев;
- отношение автора к изображаемому;
- способы и приемы изображения, образовательно-выразительные средства;
- стилевая манера (сравним дружеское или любовное послание и оду, эпиграмму и элегию, драму и комедию);
- пафос произведения;
- характер конфликтов и их развитие в сюжете.

Журналистские жанры имеют свою внутреннюю логику развития, связанную с освоением журналистикой новых проблем, с расширением сферы ее интересов. Журналистика эволюционировала от жанра информационной заметки, корреспонденции, статьи аналитического обзора и так далее. Литературные корни журналистики вызвали к жизни такие жанровые формы, как зарисовка, очерк, репортаж, путевой очерк, включающие элементы художественного творчества, а не только информирования.

История развития журналистских жанров показывает, что важнейшими его условиями являются освоение журналистским творчеством реалий культурного и цивилизационного процессов, а также профессиональное использование научно-исследовательских методов получения информации, анализа информации, прогноза.

Своеобразие того или иного способа отображения действительности заключается прежде всего в том, что он выступает как особый путь реализации иерархически взаимосвязанных целей, решения определенных задач ³.

В связи с этим жанровые предпочтения определяют задачи издания, и, в конечном счете, лицо издания. Существует четко просматриваемая взаимосвязь между образом целевой аудитории, жанровыми предпочтениями издания, задачами (интересами) издания и имиджем издания. Например, интеллигенция – аналитика и прогностика – формирование мнений интеллектуальных элит – авторитетный публицистический журнал.

Любой элемент приведенной цепочки в значительной степени детерминирует остальные элементы, при этом жанровое своеобразие издания в значительной степени определяют ответы на следующие вопросы:

- как и с какой степенью полноты создается информационная модель события;
- на каких связях события с другими событиями фиксируется внимание читателя;
- осуществляется ли и по каким критериям оценка события;
- осуществляется ли прогнозирование событий;
- предлагаются ли формы действенного участия в развитии события (программирование реальности).

Содержание, документальная основа, целевая установка публикации задают проблему, определяют смысл выступления, его форму (жанр).

Публицистический текст непременно включает в себя три важнейших компонента: 1) сообщение о новости или возникшей проблеме; 2) приемы эмоционального воздействия на аудиторию (на логико-понятийном или понятийно-образном уровне); 3) фрагментарное или обстоятельное

³ Тертычный А.Л. Указ. соч. С. 5.

осмысление ситуации. Подобная структура позволяет разбить появляющиеся в прессе тексты на пять групп:

- 1) оперативно-новостные – заметка во всех ее разновидностях;
- 2) оперативно-исследовательские – интервью, репортажи, отчеты;
- 3) исследовательско-новостные – корреспонденция, комментарий (колонка), рецензия;
- 4) исследовательские – статья, письмо, обозрение;
- 5) исследовательско-образные (художественно-публицистические) – очерк, эссе, фельетон, памфлет 4.

В качестве еще одного основания для различения жанров используют понятия «первичная реальность» (новость, факт, событие – для заметки или репортажа, явления, процессы, ситуации – для статьи или корреспонденции) и «вторичная реальность» (книги, фильмы, телепередачи – информационные явления, дающие повод для подготовки рецензий, обзоров печати).

К сожалению, в науке о журналистике единого мнения относительно понятия «жанр» в настоящее время не сложилось. Одни выделяют *новостную журналистику*, интервью, оперативное комментирование, репортерское расследование, а также *аналитическую, художественную* (эссе, очерк) и *сатирическую* (фельетон, памфлет, пародия, сатирическая реплика, сатирический комментарий) *публицистику*.

Другие включают в *информационные жанры* заметку, отчет, интервью, информационную корреспонденцию, блиц-опрос, вопрос-ответ, репортаж, некролог; к *аналитическим* относят аналитические отчет, корреспонденцию, интервью, беседу, комментарий, социологическое резюме, анкету, мониторинг, рейтинг, рецензию, статью, журналистское расследование, обозрение, обзор СМИ, прогноз, версию, эксперимент, письмо, исповедь,

4 Кройчик Л.Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста: Учебник. – СПб., 2000. – С. 4, 125, 139.

рекомендацию (совет), аналитический пресс-релиз; а к художественно-публицистическим – очерк, фельетон, памфлет, пародию, сатирический комментарий, житейскую историю, легенду, эпитафию, анекдот, шутку, игру.

Подобная несогласованность в определении жанров, с одной стороны, свидетельствует о том, что теория оказывается пока не в состоянии найти общие системные основания для описания многообразия жанров, а с другой – свидетельствует в пользу жанра как практического инструмента журналистской работы. Каждый журналистский жанр отличается постоянством и устойчивостью структурно-композиционных и стилистических признаков, имеет свой предмет, сходные содержательно-формальные признаки, называемые жанрообразующими факторами: предмет, цель и метод журналистского отображения действительности, наконец, метод репрезентации материала аудитории.

Имея одинаковые предмет, цель и метод отображения, используя одни и те же источники информации, разные журналисты могут выступать с публикациями о конкретном событии, явлении в различных жанрах в зависимости от того, какой метод репрезентации ими использован (сообщение, повествование или изложение; монологичная форма статьи, корреспонденции, рецензии или диалогичная – интервью, беседы и т.д.).

Из всего сказанного не сложно сделать вывод о том, что несмотря на крайнюю важность исследования жанров современной журналистики как для журналистов-практиков, так и для науки о средствах массовой коммуникации, эта область остается малоизученной, особенно в теории, которой так и не удалось разрешить дилемму «содержание – жанр», а также преодолеть тенденцию упрощения жанровым схематизмом.

Действительно, укоренилось понимание жанра как схемы, приписывающей определенные формы упаковки информации и влияющей на сам информационный контент, и тем самым якобы препятствующей свободному творчеству журналиста-художника. В этом смысле

журналистский жанр действительно коренным образом отличается от жанров в художественной литературе. Для журналиста-ремесленника и для большинства его заказчиков-издателей это скорее хорошо, чем плохо. Следование жанрам – заполнение готовых шаблонов – дает предсказуемый результат и превращает журналистское творчество в хорошо управляемый информационно-креативный конвейер. Такое понимание жанра (как шаблона) достаточно обосновано, так как жанр – это действительно схема-образ представления массовой информации. Но можно рассматривать ее и как канон, который, жестко ограничивая по форме, позволяет ярко проявить содержание. Ведь не помешали же проявиться жесткие рамки фельетона таланту Тэффи и Зощенко. Так что не продуктивно уходить от схематизма, продуктивно рассматривать и использовать возможности схематизма жанра.

Особенно интересно взглянуть на схемы-жанры в их совокупности как на некий алфавит, с помощью которого СМИ составляют свои сообщения.

Тогда получается, что журналистский жанр – это *элемент метаязыка интегрированных социальных коммуникаций*, или *современный код*, с помощью которого *шифруется массовая информация СМИ к дешифруется аудиторией*.

Если предположить, что между СМИ и аудиторией (социумом) существует понимание и что язык жанров в равной степени является языком СМИ и аудитории, то можно сделать вывод об адекватности структуры жанрового разнообразия и целостного информационного образа реальности, т.е. актуализированной реальности или виртуальной реальности. Следовательно, исследование предпочитаемых жанров и их особенностей может прояснить современный образ социальной действительности.

1.3. Традиционные жанры журналистики в интернете

Анализ жанровых особенностей необходим, если мы говорим об интернет-журналистике не только как о технологии производства и распространения массовой информации, но и как о части современной

социально-культурной реальности с ее литературно-художественной самобытностью. Такое масштабное явление, как интернет-журналистика, не может не трансформировать журналистику в целом, создавая новые художественные приемы представления массовой информации, а также видоизменяя сам стиль работы с массовой информацией.

Жанр – это та форма, в которой представляется читателю (зрителю, слушателю) подготовленный материал. Разнообразие этих форм адекватно разнообразию самой действительности, что обеспечивает полноту ее отражения средствами массовой информации.

Публикация есть отражение в медийном пространстве актуальных социальных и природных событий, явлений, процессов, ситуаций во всем их многообразии, а способ отображения действительности должен быть адекватен (системно подобен) действительности, т.е. реалистичен.

Различают три базовых способа отображения – фактографический, аналитический и образный.

Жанр определяется также совокупностью структурно-композиционных средств, особенностями языка и стиля. Каждому жанру свойствен свой объем информативности, свой уровень обобщения фактов. Жанр – исторически складывающийся вид произведения. Это позволяет рассматривать жанр как типологическое явление, исторически устойчивое, свойственное произведениям разных эпох и направлений.

К жанрообразующим факторам относят: содержание произведения (тематика, проблематика); способ повествования, описания, воспроизведения событий, явлений, системы образов, героев; отношение автора к изображаемому; способы и приемы изображения, изобразительно-выразительные средства; стилевая манера; пафос произведения; характер конфликтов и их развитие в сюжете.

Журналистские жанры имеют свою внутреннюю логику развития, связанную с освоением журналистикой новых проблем, с расширением сферы ее интересов.

История развития журналистских жанров показывает, что важнейшими его условиями являются освоение реалий культурного и цивилизационного процессов, а также профессиональное использование научно-исследовательских методов получения информации, анализа информации, прогноза.

Журналистский жанр – это элемент метаязыка интегрированных социальных коммуникаций, или современный код, с помощью которого массовая информация шифруется СМИ и дешифруется аудиторией.

Общеизвестно, что в журналистике идет постоянное обновление «жанровой палитры», причем наиболее активно оно происходит в переломные моменты развития общества. Меняются характер, форма представления материала, происходит некая мутация привычных, устоявшихся текстовых форм. Подобные изменения вызваны необходимостью «адаптации» жанров к новым коммуникативным реалиям.

Безусловно, такое масштабное явление, как интернет-журналистика, не может не трансформировать журналистику в целом, внося новые художественные приемы представления массовой информации, а также видоизменяя методы работы с массовой информацией.

В журналистике нынешнего времени, когда в единицу времени человек получает огромное количество разнообразной информации, на первый план выходят оперативно-новостные жанры.

Заметка является простейшим жанром периодической печати. С нее начиналась газета. Она призвана оперативно, выразительно и кратко сообщать о новости в политической, экономической, культурной жизни —

что, где, когда произошло или должно произойти. Заметка фиксирует конкретный жизненный факт, она фиксирует самое главное, существенное. Именно поэтому этот жанр так популярен в интернете.

Потребность в максимальной оперативности и сжатости спровоцировало появление принципа телеграфной строчки; язык стал суховатым, слова потеряли образность.

Зачастую интернет-издания используют такой прием, как публикацию одной строки, самого факта новости (с пометкой «Будет дополнено»), а чуть позже выходит уже развернутый вариант заметки. Таким образом, издание информирует о самом факте, показывает, что уже знает о нем и предупреждает о продолжении. Таким методом часто пользуются информационные агентства — БелТА, БелаПАН и др.

Оперативно-исследовательские жанры — интервью, репортаж, отчет.

Жанр **интервью** очень популярен в интернете — практически любой сайт, позиционирующий себя как СМИ, содержит рубрику «Интервью». Сетевые технологии заметно упрощают процесс подготовки и публикации интервью, не говоря уже о том, что интерактивность интернет-вещания позволяет вовлечь в процесс подготовки материала аудиторию издания.

Репортаж — наглядное представление о событии через восприятие журналиста-очевидца. Его особенности определяются назначением этого жанра. Задача, стоящая перед его автором, — рассказать о событии глазами очевидца или участника. Важными качествами этого жанра являются оперативность, динамичность и эффект присутствия, а в онлайн-ресурсах — еще и небольшой объем текста, поскольку веб-страницы с объемными материалами, как правило, плохо воспринимаются

Отчет — это информационное сообщение о мероприятии, на котором присутствует определенная аудитория (конференции и собрания, спортивные

соревнования и выставки и т. д.). Важнейшая задача отчета в периодической печати — сообщить читателям о событии, его ходе и развитии так, чтобы дать достаточно полное представление об общественно-политическом значении описываемого. Отчеты делятся на прямой, аналитический, тематический, проблемный. Например, сайт naviny.by во время предвыборной кампании в Америке и во время самих выборов несколько раз в день публиковал отчёт о происходящих событиях, который включал и элементы репортажа, интервью, зарисовки.

Корреспонденцию, комментарий (колонку), рецензию можно отнести к исследовательско-новостным жанрам.

Корреспонденция — информационный жанр, содержащий не только информацию о событии или явлении, но и элементы оценки, прогноза. Этот жанр характерен для ресурсов, специализирующихся на новостной информации и часто применяется в газетах (журналах), как онлайн-овых, так и оффлайн-овых.

Комментарий — жанр, ставший весьма популярным среди сетевых изданий именно благодаря интерактивности интернета. Сетевые технологии позволяют в кратчайшие сроки получить практически неограниченное количество комментариев как от экспертов, так и от рядовых читателей. В результате заявленная тема освещается с нескольких точек зрения и рассматривается максимально полно. В сети применяется два «формата» полемического комментария: когда публикуются две противоположные точки зрения и когда в пределах одного материала публикуется несколько комментариев по заданной теме.

На сегодняшний день **рецензия** встречается на многих интернет-ресурсах, тематически связанных с кинематографом, литературой, живописью или другими видами искусства. В байнете рецензии можно найти

и на сайтах широкопрофильных изданий («Советская Белоруссия», «Звезда») и на специализированных ресурсах (critic.by, kinogorod.by).

Наиболее популярными исследовательскими жанрами являются статья, письмо, обозрение.

Статья — один из самых распространенных полемических жанров в интернете, особенно среди общественных изданий с широкой аудиторией. В статье автор ставит задачу проанализировать общественные ситуации, процессы, явления прежде всего с точки зрения закономерностей, лежащих в их основе. Такому жанру, как статья, присуща широта теоретических и практических обобщений, глубокий анализ фактов и явлений, четкая социальная направленность

Письмо — пожалуй, самый интересный полемический жанр с точки зрения его трансформации в условиях интернет-вещания. Данный жанр всегда рассматривалась как метод эффективного взаимодействия журналиста и аудитории.

Этот жанр нередко используется онлайн-ресурсами и оффлайн-СМИ и публикуется, как правило, в рубрике «Мнение» и доступен не только журналистам, но и читателям, экспертам и др. Такие материалы обычно вызывают большой интерес у читателей и подталкивают к обсуждению материалов на форумах, в чатах и т.д. В качестве примера можно привести статью «Женский взгляд. Купила бы белорусское» на naviny.by, в которой журналист Оксана Яновская размышляет о белорусских товарах для женщин — косметике, белье, обуви, одежде.

Обозрение — жанр, одной из основных задач которого является корректировка общественного мнения по актуальной проблеме, — представлен в интернете обзорами СМИ и характерен для информационных порталов и новостных сайтов.

Однако появление в сети материалов данного жанра, особенно в начальный период развития сетевых СМИ, приобрело характер эпидемии. Причина такой популярности в том, что простому пользователю трудно ориентироваться в большом количестве информации, представленной в интернете. Ему намного удобнее обратиться к тексту журналиста, который собрал эту информацию, проанализировал и структурировал

Таким образом, при перенесении с бумаги на веб-страницы некоторые традиционные жанры журналистики претерпели ряд изменений. Так, все они вынуждены сократиться в объеме, поскольку массивные материалы в интернете зачастую не дочитываются до конца. Наибольшую популярность в сети приобрела заметка, т.к. современному потребителю необходима информация — лишь самое важное. К тому же лишь в интернете новостные журналисты могут в полной мере проявить свою оперативность

Глава 2.ТИПОЛОГИЯ ИНТЕРНЕТ-ЖАНРОВ

2.1. Жанровая классификация публикаций в сети.

Первое, с чем сталкивается исследователь интернета, взявшийся выявить жанровую типологию публикаций в сети, это присутствие всего во всем, и в каждом, и везде.

Черты традиционных журналистских жанров – репортажа, очерка, фельетона, корреспонденции и других – можно найти, если поискать, в любой сетевой публикации. А вот типичный веб-репортаж или типичный веб-фельетон, оказывается, отыскать весьма проблематично.

Подобные чистые жанровые формы можно встретить только в изданиях-клонах, но, как мы уже договорились, к веб-изданиям копии несетевых публикаций имеют такое же отношение, как показ по телевизору фотографии газетной полосы к телевизионной новостной передаче.

Вместе с тем анализ жанровых особенностей, конечно, необходим, если мы говорим об интернет-журналистике не только как о технологии производства и распространения массовой информации, но и как о части современной социально-культурной реальности с ее литературно-художественной самобытностью.

Этот анализ важен также и с другой точки зрения.

В культуре нет непроницаемых границ, и родившееся в одной области культуры неизбежно оказывает влияние на другие области. Следовательно, такое масштабное явление, как интернет-журналистика, не может не трансформировать журналистику в целом, внося новые художественные приемы представления массовой информации, а также видоизменяя сам стиль работы с массовой информацией. Например, телевидение не только пытается интегрировать веб-технологии в свои передачи, но даже в оформлении студий и заставок использует дизайнерские ходы Web.

Рискуем предположить, что влияние Web еще более значительно и касается в данном случае переосмысления самого понятия «жанровое различие».

Как известно, любой текст характеризуется как минимум двумя параметрами: содержанием (контентом) и формой (дизайном). Выражением типологии форм является жанр. Для асинхронной (off-line) информационной журналистики представление о жанре как о форме или дизайне текста вполне достаточно.

2.2 Специфические жанры онлайн-журналистики

Появление онлайн-информационных ресурсов спровоцировало не только трансформацию традиционных жанров печатной журналистики, но и появление новых, характерных исключительно для сети.

Высокий уровень интерактивности интернет-изданий привел к появлению такого жанра, как **онлайн-конференции**, в котором интервьюерами могут стать все желающие читатели, отправив вопрос в редакцию. Обычно редакция приглашает специалиста в определенной сфере, определяет тему интервью и тщательно отбирает присылаемые вопросы. Стоит отметить, что вопросы можно присылать и во время самой беседы. Так как во время онлайн-конференции редакция осуществляет текстовую трансляцию интервью, читатели могут задавать собеседнику уточняющие вопросы. Именно это и отличает ее от газетного жанра «прямая линия».

Жанр онлайн-конференции освоили многие СМИ, в том числе и онлайн-версии оффлайновых изданий. Они регулярно проводятся на сайтах газет «СБ-Беларусь сегодня», «Народная газета», информагентства БелТА, сайтах naviny.by, tut.by и др. Гостями конференций становятся министры, их заместители, представители местной власти, послы, руководители международных организаций.

Самым оперативным и удобным способом освещения продолжительного события является **онлайн-репортаж**, который представляет собой совокупность коротких новостей. Многие интернет-издания использовали этот жанр для освещения теракта в минском метро 11 апреля — naviny.by, belapan.by, nn.by. Корреспонденты этих ресурсов находились на месте трагедии и передавали редакциям новую информацию, которой постепенно дополнялся онлайн-репортаж. Информация может быть как текстовой, так и мультимедийной — фотоснимки, видео- и аудиосюжеты.

В последнее время набирает популярность и такой жанр, как **твиттер-репортаж**, для которого используется сеть микроблогов Twitter. К примеру, ресурс Lenta.ru таким образом освещал свадьбу принца Уильяма и Кэтрин Миддлтон. Удобство этого способа в том, что информация подается очень короткими сообщениями — не более 140 знаков — и содержит самое важное и интересное. Однако в Беларуси этот способ освещения событий пока не распространен.

Скромным редакциям, как правило, проблематично освещать события, проходящие за рубежом, такие как конкурс песни «Евровидение», мировые конкурсы красоты, спортивные соревнования, поскольку финансовые возможности не позволяют отправить туда корреспондентов. В этих случаях редакциям помогают непосредственные участники этих событий, которые ведут на сайтах **онлайн-дневники**. К примеру, сайт naviny.by совсем недавно публиковал дневники белорусской участницы «Евровидения» Анастасии Винниковой и главного тренера хоккейной сборной Беларуси Эдуарда Занковца с **75-го чемпионата мира по хоккею в Словакии**.

Новым жанром онлайн-журналистики можно считать и журналистский блог (впрочем, его с таким же успехом можно считать и авторским СМИ одного человека), где профессионал выступает и репортером, и

комментатором, и модератором, и собеседником, использует видеоиллюстрацию, радио- и фоторепортаж.

Таким образом, к онлайн-новым информационным ресурсам проблематично применять только традиционную жанровую классификацию. Технологические возможности интернета позволили зародиться таким оперативным жанрам, как онлайн-репортаж и твиттер-репортаж. Высокий уровень интерактивности позволяет читателям самим поучаствовать в интервью с важной персоной, задав вопрос во время онлайн-конференции. К тому же особую популярность получили блоги и онлайн-дневники известных людей.

2.3 Особенности мультимедийных жанров журналистики

Сегодня, в силу изменения потребностей аудитории аналоговых СМИ, рынок традиционных периодических изданий претерпевает некоторые перемены; так, спрос на печатные издания снижается по причине увеличения потребности получения информации посредством Интернет-версий газет и журналов.⁵

С каждым годом технологические возможности интернета улучшаются, провайдеры увеличивают скорость доступа к сети и уменьшают стоимость абонементов, что делает интернет более доступным для населения. А это значит, что у пользователей появилось больше возможностей посещать веб-страницы с размещенными на них большими качественными фотоснимками и просматривать видеоролики. Для информационных ресурсов это стало стимулом для более активного использования на своих страницах возможностей мультимедиа и созданию новых жанров.

⁵ Муратова Н. Информационный рынок: развитие под влиянием новых коммуникационных технологий. //ICTNEWS., № 16 -Т., 2010, 16-31 августа, с. 44-45.

Мультимедийный жанр — это новый жанр журналистики, в основе которого лежит мультимедийная информация (фото, видео, аудио).

Эксперты американского агентства Associated Press сравнивают доставку информации из интернет-СМИ в новостные агрегаторы и сборку историй с движением атомов, а сами жанры — с инфомолекулами. Такой же метод в описании производства мультимедийных историй используется и в РИА «Новости». Например, одна фотография — условный «инфоатом». Она может быть самостоятельным элементом и рассказать довольно много пользователю. Три или пять фотографий, собранные в слайдшоу, — это уже «инфомолекула», тоже самодостаточная. Но при соединении такой «инфомолекулы» слайд-шоу с «инфомолекулой» текста, «молекулой» видеоиллюстрации или видеосюжета, «инфомолекулой» графики получается «тело» мультимедийного материала.

Самые распространенные виды «инфомолекул»:

Статичная иллюстрация — классическая иллюстрация в мультимедийной истории. Она несет практически те же функции, что любая фотоиллюстрация в традиционном СМИ: отражает суть происходящего, расширяет информацию, помогает выстроить визуальный ряд. В идеале это кадры с места событий или архивные снимки абсолютно релевантные сути истории. В мультимедийной заметке также часто приходится использовать коллажи и другие «хитрые» решения иллюстрирования, если документальной иллюстрации нет. Статичная иллюстрация не обязательно фотография. Это может быть стоп-кадр из видео, «превью» к инфографике (уменьшенный или специально подготовленный кадр), фрагмент карты, карикатура и так далее.

Фотоленты, фоторепортажи, фотогалереи — производные рассказа о событии с помощью фотографий. Это может быть подборка снимков, построенная по классическим канонам фоторепортажа — и мы увидим

последовательно разворачивающиеся события. Это может быть и микс разных иллюстраций, относящихся к общей теме. По-разному здесь организуется и навигация: в одном случае пользователь листает картинку за картинкой, в другом — выбирает из «превью». Одним из популярных вариантов фотогалерей может быть подборка «Фото дня» или «Фото недели».

Фотолента может быть самостоятельной «инфомолекулой», самодостаточным рассказом, в котором будут только «технические» подписи (кто, где, когда) или минимальные комментарии, а может стать только частью большой мультимедийной истории. В зависимости от особенностей верстки, фотолента может быть представлена в статье одной фотографией — «превью», и полностью открываться в отдельном окне, а может иметь механизм «листания» прямо в теле мультимедийной заметки.

Слайд-шоу отличается от фотоленты прежде всего тем, что картинки «перелистываются» сами в режиме «фотофильма» и часто очень похожи на видео. Иногда эта схожесть так принципиальна, что, например, по правилам организаторов некоторых крупных соревнований и шоу-событий, СМИ не имеют права собирать слайд-шоу, чтобы не нарушить права вещателей. Но не обязательно все кадры слайд-шоу должны принадлежать одному моменту. Иногда, напротив, важно собрать картинки, разного времени и разных граней события.

Карикатура — традиционный жанр — получает новое дыхание в конвергентном СМИ. В первую очередь потому, что она становится анимационной, в ней можно заложить движение, действие и даже звук.

Подкаст — (от англ. podcasting, от iPod и англ. Broadcasting — повсеместное, широкоформатное вещание) — звуковой файл, передача, законченный сюжет. Как правило, выложенный в Интернете фрагмент радиальной программы или начитанный текст сообщений. Подкастом

называется либо отдельный файл, либо регулярно обновляемая серия таких файлов. Чаще всего этот жанр используют радиостанции, но иногда и другие онлайн-СМИ — в байнете это 34mag.net, onliner.by и др.

Аудиоиллюстрация — фрагмент аудиозаписи, относящийся к определенной части текста. Может быть не законченным, минимально коротким (2-3 секунды). Призван проиллюстрировать ту часть сообщения, в которой звуковая составляющая несет смысловую или эмоциональную нагрузку. Например: звук редкого музыкального инструмента, смех знаменитости, рев огня на беспрецедентном пожаре или аудиоцитата ньюзмейкера, когда тон, экспрессия, эмоция, с которой он произносит ключевые вещи, играют роль не меньшую, чем собственно слова.

Аудиоверсия текста — начитанный диктором или электронным диктором текст сообщения. В определенный момент в некоторых странах были очень популярны аудиоверсии целой газеты. Аудиоверсия не может быть полноценной альтернативой радиопотоку, так как не включает «живые голоса», «синхроны», «интершум» и все то, что делает звуковую версию «живой».

Аудиосюжет похож на классический радиосюжет. Здесь не только текст, начитанный голосом диктора, но и цитаты ньюзмейкера, и интершум. Оптимальная продолжительность аудиосюжета в мультимедийной заметке не более 60 секунд.

Видеоиллюстрация — фрагмент видео, имеющий отношение к определенной части текста, инфографики или мультимедийной статьи. Может также стоять главной иллюстрацией к заметке. Видеоиллюстрация не имеет законченного сюжета, может быть короткой (от 3 до 20 секунд). Она не должна иметь заставок и рекламы. Сплэш (заглавный кадр) видеоиллюстрации должен выполнять роль статической иллюстрации.

Видеосюжет — законченное видеосообщение, имеющее свою завязку, кульминацию и развязку. В отличие от телевизионного сюжета, видеосюжет в конвергентном СМИ не должен включать информацию, носящую факультативный характер. Лучше избегать «говорящих голов» и стендапов (кроме случаев, когда присутствие корреспондента в кадре является частью драматургии). Оптимальная продолжительность видеосюжета для новостного конвергентного СМИ — 60-90 секунд. Видеосюжет может содержать рекламу и заставку. Может быть размещен как отдельный самодостаточный материал (на него могут вести гиперссылки из мультимедийного материала), так и в теле мультимедийной статьи.

Потоковое видео с места событий. Интернет-СМИ позволяет предлагать пользователям несколько прямых эфиров одновременно, конечно, если это имеет смысл. Плеер с потоковым видео может стать главной иллюстрацией сайта, иллюстрацией в разделе, в теле статьи. Он может быть отнесен в специальный раздел или стать дополнительной картинкой в сюжете. Потоковое видео можно использовать и в репортаже с места происшествия, и с пресс-конференции и массовых мероприятий (что часто делает портал tut.by), создавая эффект максимального присутствия, синхронизации события и информации о нем. Потоковое видео позволяет организовывать «ток-шоу в прямом эфире». Потоковое видео имеет несколько «жизней» — как прямой эфир события и как сырье для производных видеоиллюстраций, видеосюжетов, мультискрипта и проч.

Видеоколонка, видеоочерк, видеокomentarий — жанр, в основе своей пришедший из телевизионных студий и, скорее всего, промежуточный этап перед тем как превратиться в интерактивную видеоколонку, которая будет представляться в мультиэкранном плеере, иметь большое количество «ответвлений» и станет вариантом синтетического жанра, в котором «говорящая голова» будет сведена до минимума.

Таким образом, новые возможности интернета, широкое использование фото-, видео- и аудиоматериалов привело к возникновению мультимедийных жанров журналистики. У редакций появилась возможность создавать разные жанры из одной и той же информации. Одни и те же фотографии можно опубликовать как фотофакт, фоторепортаж или слайдшоу. Набирает популярность аудиоинформация, поскольку зачастую ее можно слушать, параллельно занимаясь другими делами. А с помощью видеороликов можно визуально ознакомиться с обстоятельствами того или иного события, интервью с тем или иным человеком.

2.4 Использование синтетических жанров в онлайн-информационных ресурсах

Как уже отмечалось ранее, для современной журналистики характерно взаимодействие и взаимопроникновение различных жанров, что касается не только традиционных журналистских форм. Под влиянием медиаконвергенции произошло также слияние текстовых и мультимедийных жанров, а также синтез различных мультимедийной информации и интерактивности, в результате чего появились синтетические жанры. К ним относятся аудиослайдшоу, интерактивная видеоклонка, мультимедийное ток-шоу, мультискрипт, инфографика и др.

Аудиослайдшоу — один из самых простых вариантов синтеза картинки и звука. В самом простом виде аудиослайдшоу состоит из подобранных фотографий и начитанного автором текста заметки. Смысловым стержнем аудиослайдшоу становится история, рассказанная только голосом или же с использованием интершума, звуковых эффектов, аудиоцитат. Визуальный ряд аудиослайдшоу может состоять не только из фотографий с места события, но включать архивные кадры, сканированные документы, фрагменты карт, инфографику, карикатуру, коллаж и так далее.

Чем сложнее состав аудиослайдшоу, тем более тщательной и аккуратной должна быть режиссура.

Интерактивная видеоколонка, интерактивный видеосюжет. Это новый этап эволюции видео с «говорящей головой». Основой сюжета является записанная автором видеореплика. Запись насыщается большим количеством интерактивных ссылок, которые предлагают пользователю посмотреть разные варианты «расширения» информации. Ссылки могут быть на другие видеосюжеты, инфографику, текстовые справки, фотоленты и прочее. Ссылки могут быть оформлены как малопиксельные баннеры или быть текстовыми. Эти «расширения» могут открываться в других окнах, когда речь идет о простом плеере.

Но свое логическое развитие такая концепция получит с внедрением мультискранных плееров: плеер, который будет обладать возможностью отображения информации в основном и факультативных окнах, а также позволит менять главное окно.

В этой же концепции будут развиваться и большие видеосюжеты и, в конце концов, составные мультимедийные истории. Принцип режиссуры останется общим: стержневой сюжет и варианты «ответвлений». Кроме бэкграундной (дополнительной, рассказывающей предысторию) информации, этот формат будет предлагать пользователям разные варианты интерактивности: голосования, обратную связь, возможность прислать свой мультимедийный материал, оценить материал, занести его в «плейлист» и так далее.

Интерактивный видеомост — форма, использующая традиционный телевизионный формат и новые интерактивные возможности. Пользователей видеомоста может быть несколько. Причем одни из них могут участвовать в режиме видеоконференции, другие — писать комментарии.

Видеомост может транслироваться на сайт как общее изображение участников (например, камера снимает происходящее в зале и берет в кадр экран, на котором видны дистанционные участники). Но наиболее перспективным выглядит вариант трансляции, при которой пользователь может манипулировать несколькими изображениями, параллельно имея возможность задать вопрос, посмотреть материалы по теме, увидеть текстовые комментарии других экспертов или просто пользователей. К примеру, сайт Белгидрометеоцентра часто проводит подобные видеобрифинги.

Мультимедийное ток-шоу — формат, который получит в ближайшее время довольно широкое распространение в интернете и станет одним из вариантов «сборки» мультимедийной статьи. Причем звездами интернет мультимедийных ток-шоу станут не только «люди из интернета», но и телевизионные звезды. Мультимедийное ток-шоу похоже на телевизионное: в нем есть один или несколько ведущих, есть тема, как правило, публицистическая, есть герои.

Мультимедийное ток-шоу имеет три этапа жизни, каждый из которых подразумевает контакт с аудиторией. В этой интерактивности и заключается главное отличие мультимедийного ток-шоу от телевизионного.

Доэфирный этап — это заявка темы и подведение аудитории к моменту самого ток-шоу. Анонс может состоять из объявления о прямом включении и подборки контекстного материала в любом из жанров.

Прямой эфир в любом формате (ток-шоу, видеомост, включение с места события) может быть простым (показывается одна картинка) или сложным (прямой эфир как стержень, к которому контекстно прикреплены различные элементы: снятые заранее сюжеты, инфографика, текстовые, фото- и видеосправки), режиссируемым (пользователю показывается последовательность элементов, заданная режиссером) и интерактивным

(пользователь может выбирать разные планы, просматривать дополнительные материалы в той последовательности, которая ему интересна и т.д.).

Послеэфирный этап — основной период жизни, в котором запись прямого эфира переработана в один из подходящих по смыслу, материалу, жанру или формату: мультискрипт, мультимедийную статью, flash-статью.

Остается открытым вопрос об оптимальной продолжительности такого ток-шоу. Скорее всего, оно не должно превышать 40 минут эфирного времени. Запись прямого эфира становится стержнем для мультимедийной интерактивной послеэфирной версии и предполагает относительно свободную навигацию внутри. То есть позволяет пользователям перемещаться по «эпизодам» ток-шоу, вызывая их в произвольной последовательности, и разрешает смотреть часть дополнительных материалов в любом порядке. Другая часть мультимедийных материалов может быть контекстно привязана к определенному эпизоду ток-шоу и вызываться только в связи с тем или иным эпизодом.

Мультискрипт (interactive video) — новый формат подачи информации, который упрощает навигацию по видеоматериалам большого объема. Сервис позволяет оперативно и с высокой точностью выбрать интересующий фрагмент видеозаписи. Мультискрипт включает в себя три блока — «Плеер», «Стенограмма» и «Содержание».

Для начала просмотра видеоматериала необходимо нажать на пиктограмму «Play». Выбрать интересующий фрагмент видеозаписи можно тремя способами: используя курсор, расположенный под плеером; нажав в блоке «Стенограмма» фрагмент текста; активировав в блоке «Содержание» заголовок. Все блоки синхронизированы. При просмотре какого-либо фрагмента видеозаписи в двух других блоках отражаются соответствующие фрагменты стенограммы и заголовок тематического блока.

Мультискрипт может использоваться для разного типа сообщений: интервью, большого репортажа. Эволюция мультискрипта будет связана с расширением интерактивных возможностей внутри видео, функциями вырезания фрагментов и возможности смотреть их отдельно, возможностями комментирования и обсуждения. Одной из областей применения мультискрипта станет спортивный репортаж.

Инфографике прогнозируют хорошее будущее как одному из самых востребованных форматов подачи информации. Задача инфографического материала — четко и в одном окне представить сложный рассказ о событии, предложить несколько уровней «погружения» в материал, а в некоторых случаях — воссоздать почти документальную картину. Инфографика может быть самодостаточным информационным материалом, оболочкой или частью сложной мультимедийной истории. Ценность инфографики состоит не только в визуальной подаче информации, но и в высокой ее концентрации.

Идеальная инфографика та, которая в одном кадре вмещает выжимку из нескольких энциклопедических статей и справочников или объясняет событие, которое описано текстом в несколько тысяч знаков.

Различаются несколько типов инфографических материалов:

Статичная инфографика — схема, карта, простой график или диаграмма, очень похожий на полиграфическую инфографику.

Простая динамичная инфографика — от статичной отличается наличием стандартных интерактивных элементов: слайд-шоу, аудиокомментария, видеоролика; может состоять из нескольких слайдов.

Оперативная 3D-реконструкция — видеоролик, основанный на 3D-технологиях. Цель такой инфографики — реконструировать событие и изобразить его максимально близко к реальности. Темой такой инфографики может быть крушение самолета, крупная техногенная катастрофа или некие

скрытые от человеческого глаза процессы — например, действие противовирусной вакцины или синтез нового химического элемента.

Сложная статичная схема — схема, содержащая несколько сложных иллюстративных объектов, фотографии, 3D-объекты; занимает большое пространство. Такая инфографика используется для того, чтобы показать сложные и масштабные географически процессы. Например, это может быть инфографика об области распространения лесных пожаров, с элементами статистики, видеофрагментами о способах борьбы с пожарами окрашенными регионами в зависимости от масштаба поражения стихией. Сложная динамическая схема способна содержать весь спектр мультимедийных данных, состоит из множества слайдов.

Flash-заметка — сборный модуль, состоящий из текста, видео, фотографий и других элементов, который собирается не инфографиками, а редактором. Как правило, является стандартной оболочкой для мультимедийного материала, позволяет редактору быстро собрать модули, включающие текст, фото, видео, интерактивные элементы, в стройную и понятную мультимедиаисторию. По функционалу похожа на мультиэкранный плеер.

Информационные игры (интерактивный инфотеймент). Раздел информационных игр стал привычной частью онлайн-версий изданий. Часто он включает в себя как вневостные элементы (пазлы, «пятнашки», казуальные игры), так и привязанный к информационным трендам контент. Последний может быть рассмотрен как элемент мультимедийного сюжета или мультимедийной заметки.

Викторины могут быть не просто уместны как элемент информационной картины дня, но и играть существенную роль в формировании таких важных вещей как лояльность пользователя к изданию,

увеличение времени пребывания на сайте, увеличение количества просмотров.

Викторина часто становится остроумно организованным блоком справочной информации или является промозлементом большой темы.

Турниры — продолжение викторин. Они могут выявлять победителя, проходить в несколько серий, быть связанными с реальным течением событий, популярны на спортивных сайтах игры.

Flash-игры тоже могут стать частью инфотеймента. Для этого сюжет игры и ее этапы должны раскрывать информацию, близкую к информационному тренду или долгоиграющей актуальной теме. Например, «датные игры» на сайте РИА «Новости» (викторины на знание исторических дат).

Информационные игры могут быть использованы как инструмент для продвижения информационного сайта или определенного сюжета. Они быстро распространяются в блогосфере и становятся элементом вирусного маркетинга.

Таким образом, слияние таких видов информации, как текст и мультимедиа, а также стремление к повышению уровня интерактивности мультимедиа привело к созданию совершенно новой группы жанров — синтетические. У пользователей появилась возможность смотреть видеосюжеты с любого момента, не загружая при этом ролик полностью. Инфографика позволяет наиболее удобным образом структурировать данные и сделать их более доступными для понимания и запоминания, а интерактивный видеомост позволяет пользователям самим посещать пресс-конференции и другие мероприятия не выходя из дома или офиса.

Глава 3. АНАЛИЗ СЕТЕВЫХ СМИ УЗБЕКИСТАНА

3.1 Разнообразие сетевых СМИ в Узбекистане

Развитие информационно-коммуникационных технологий коренным образом изменило природу СМИ. Сам термин «средства массовой информации» наполнился новым содержанием. Сегодня это целостная система, объединяющая традиционные масс-медиа, глобальные телекоммуникационные средства (сеть) и технологии, направленные на работу с массовой аудиторией, – PR, рекламу и другие.

Структуру масс-медиа изменили такие характеристики Всемирной паутины, как:

интерактивность (диалоговость заложена в саму технологию Сети);

мультимедийность (возможность использования наряду с текстом звукового, видеоряда и иных знаковых систем), *персональный подход* (появилась возможность учитывать потребности и привычки конкретного читателя или группы читателей);

измеримость (Сеть обладает инструментами, например, счетчики сообщений, позволяющими быстро оценить популярность той или иной публикации);

гибкость (позволяет излагать материал самым замысловатым образом и быстро его обновлять, дает возможность посетителям самим участвовать в построении страницы, поддерживая таким образом у них постоянный интерес);

взаимосвязанность (гипертекстовая структура в интернет-публикациях связывает между собой огромное количество различных информационных блоков);

экономичность и т.д.

Еще один важнейший элемент информационно-коммуникационных технологий – это оцифровка, или *дигитализация*, т.е. перевод содержания СМИ в цифровую форму. Газеты набираются на компьютере, и в Интернете доступны их электронные версии. Цифровое радио позволяет увеличить количество частот, и его можно слушать через компьютер, подключившись к Интернету. Телевидение также становится цифровым. Это упрощает и облегчает доступ ко всем традиционным СМИ.

В Узбекистане процесс интеграции масс-медиа и СМИ тоже набирает обороты. Первыми печатными изданиями, создавшими сетевые версии, были газеты «Народное слово» и «Зеркало 21 века». Сегодня же собственными интернет-версиями обладают многие традиционные СМИ Узбекистана.

Медийный сектор Узнета представлен двумя категориями изданий. Одна появилась на основе эволюции традиционных СМИ, которые вышли в мировую паутину со своими электронными версиями. Другая – оригинально сетевая – изначально возникла на базе веб-технологий и продолжает функционировать исключительно в среде Интернета.

Первую категорию условно можно разделить на следующие группы:

1) **Эквивалентные копии традиционных СМИ, или «клоны».**

Обычно создание «клона» происходит по следующей схеме: берется текущая версия газеты и выкладывается на сайт. При этом не задается вопрос ни о целесообразности, ни об экономической модели, ни о целевой аудитории данного интернет-издания.

Большинство газет и журналов Узбекистана уже обзавелись сетевыми версиями. Для этих целей Общественный фонд поддержки и развития независимых СМИ и информационных агентств выделил специальные

гранты. На сайте фонда можно найти раздел со списком интернет-адресов созданных сайтов.⁶

При ближайшем знакомстве выясняется, что для большинства сетевых версий узбекистанских газет и журналов характерны одни и те же ошибки. В основном интернет-версии обновляются только в момент выхода «бумажного» издания, а то и вовсе оказываются заброшенными. Нет ничего более удручающего, чем сайт газеты или журнала, на главной странице которого «вывешены» новости полугодичной давности. Бывает, что на сайте заявлено много рубрик («Экономика», «Политика», «Образование»...), но заполненными оказываются только одна-две.

Еще одна проблема «клонов» – публикация материалов без адаптации для интернет-аудитории. Если в обычной газете возможны отвлеченные заголовки типа «Эффективная реализация проектов» или «Важный фактор мира и стабильности», то в интернет-версии они должны быть точными и конкретными.

Затрудняет чтение и большой массив текста на одной странице. Это характерно, например, для интернет-версии сайта «Правды Востока»⁷. Статьи здесь выкладываются без разбивки на абзацы, используется мелкий шрифт. Ни к одному материалу нет иллюстраций.

Лишь немногие редакции используют интерактивные возможности Сети: снабжают статьи линками, предоставляют возможность RSS-рассылки, организуют обсуждение статей на форумах. Связано это с тем, что узбекистанские СМИ еще не осознают всей важности своего присутствия в Интернете, не понимают, для чего им нужны сайты.

⁶ www.mmf.uz

⁷ www.pv.uz

На самом деле создание интернет-версии требует профессионального подхода и соответствующих затрат. В идеале в редакции должен существовать особый отдел, который бы занимался разработкой и обновлением веб-сайта, готовил материалы для размещения в Сети.

По такой схеме работает редакция журнала InfoCOM.UZ. Интернет-версия издания представляет собой самостоятельный, профессионально сделанный веб-проект. Если сам журнал выходит раз в месяц, что ограничивает возможности размещения здесь оперативной информации, то интернет-версия возмещает этот пробел.

По словам главы редакционной коллегии журнала А.Сучкова, электронная версия журнала InfoCOM.UZ является экономически убыточной. Но редакция понимает, что с ее помощью можно увеличить читательскую аудиторию, публиковать ежедневные новости. В общем, постоянно быть на связи. «Самое страшное – это когда ты за неделю ничего не сказал своим читателям, – считает Александр Анатольевич. – Все равно, что не поздоровался...» 8

Хороший пример – интернет-версия газеты Uzbekistan Today.⁹ Приятное бело-голубое оформление сайта, регулярно обновляющаяся новостная лента, RSS-рассылки новостей, архив, удобная навигация – все это является залогом успеха у интернет-аудитории.

Неплохие интернет-версии – у журнала «Экономическое обозрение»¹⁰, газеты «Новости Узбекистана»¹¹, «Зеркала XXI века»¹².

8 www.infocom.uz

9 www.ut.uz

10 www.review.uz

11 www.novostiuzbekistana.st.uz

2) По сути, интернет-версия www.infocom.uz представляет уже не «клон» журнала, а **модифицированную онлайн-версию традиционного СМИ («гибрид»)**. Они возникают на почве своих оффлайновых прототипов, но не копируют их, а проводят собственную информационную политику с целью охвата новых сегментов рынка (вводят новые рубрики, используют гипертекст, интерактив). При этом в целом эти издания остаются в типологических рамках своих брендов.

Совсем недавно начал работать сайт научно-популярного журнала «Фан ва турмуш» 13 (“Наука и жизнь»), который в полной мере можно отнести к категории «гибридов». С первого взгляда сайт привлекает внимание красивым и нестандартным дизайном, флэш-анимацией, обилием интересной научной информации. У пользователей есть возможность комментировать статьи. На сайте действуют два авторских блога – главного редактора Шухрата Эгамбердыева и «Занимательно о науке» (ведет Евгений Складневский). Еще одна фишка сайта – возможность «пролистать» мини-копию нового номера журнала. В целом сайт производит приятное впечатление и вполне может претендовать на звание научного онлайн-издания.

Вторая категория сетевых изданий включает медиапроекты, возникшие в Интернете и не имеющие оффлайновых прототипов. Начиная поиск своего профиля с нуля, они выстраивают в рыночных условиях собственные маркетинговые стратегии.

В этой категории сетевых изданий можно выделить две отдельные группы:

12 www.zerkalo21.uz

13 www.fvat.uz

1) **Информационные порталы** – многофункциональные интернет-службы, подразумевающие многообразие тем, жанров и сервисов наряду с непрерывными потоками информации.

К этой категории относится портал экономической информации UzReport.Com¹⁴. Первая информация здесь появилась в 1999 году. Проект принадлежит объединенной редакции газет «Бизнес-вестник Востока», «BVV Business Report». Аккумулирует ежедневные новости из разных сфер политической, экономической и культурной жизни Узбекистана. Информация на www.uzreport.com размещается на трех языках – русском, узбекском и английском. В течение трех первых дней новость открыта для всеобщего пользования, потом переходит в категорию закрытых и доступных только после оплаты.

Еще один проект подобного рода – информационный портал bir.uz, посвященный развитию предпринимательства в Узбекистане. Ресурс создан по инициативе Ассоциации бизнес-инкубаторов Узбекистана. Задача ресурса – предоставлять наиболее полную и актуальную информацию, ориентированную на субъектов малого и частного предпринимательства. Вместе с тем портал может быть полезен и более широкой аудитории (студентам, экономистам и т.д.). Информация разделена по тематическим блокам «Финансирование», «Оборудование», «Инновации», «Стипендии и гранты» и другие.

К информационному portalу можно отнести сайт Национального информационного агентства УзА¹⁵. В прошлом году были запущены обновленные версии сайтов на русском, узбекском и английском языках. Впервые узбекская и английская версия состоят из рубрик, соответствующих

14 www.uzreport.com

15 www.uza.uz

русской (раньше новости публиковались в виде одной ленты). Стало больше фотографий, которые теперь показываются и на страницах рубрик. Сначала агентство хотело внедрить платный доступ к полной версии отдельных материалов, но впоследствии отказалось от идеи.

2) **Электронные газеты и журналы**, которые формируются по принципам, имитирующим оффлайновые издания, с определенным графиком «выпусков», с преобладанием аналитических материалов над новостными. Пример – сетевая газета Gazeta.Uz 16, посвященная общественно-политической и социально-экономической жизни Узбекистана.

Долгое время одним из самых авторитетных сетевых изданий Узнета был электронный журнал по информационной безопасности Security.uz. К сожалению, новые материалы здесь появляются редко. Последняя новость датируется февралем 2008 года.

Помимо вышеупомянутых сетевых СМИ, в Узбекистане развивается и так называемая гражданская журналистика (civil journalism), или веблоги (weblog, blog). Такие сетевые проекты, которые предоставляют всем желающим сервисы для публикации дневниковых записей, свидетельств, комментариев, являются ярким проявлением интерактивных возможностей Интернета.

В Узнете сегодня создано много интересных блогов, посвященных разным темам. Например, блог «Афиша.уз» 17 рассказывает о культурной жизни Ташкента. «Барбарис.уз» 18 описывает события Узнета, сетевые технологии. «Сказочная сторона» skazka.uz – это блог, на котором выкладываются аудиозаписи детских сказок в формате MP3. «Модный блог»

16 www.gazeta.uz

17 www.blog.afisha.uz

18 www.barbaris.uz

fashionblog.uz освещает события в сфере fashion-индустрии, как местной, так и зарубежной.

Новый этап в развитии сетевых СМИ Узбекистана наступил в январе 2007 года, когда была принята новая редакция Закона РУ «О средствах массовой информации». В нее впервые была включена статья, присваивающая статус СМИ не только газетам, радио, телевидению, но и «веб-сайтам в общедоступных коммуникационных сетях». Также в новой редакции закона упоминается возможность существования электронной версии периодического печатного издания. Согласно статье 27, оно является одним из способов распространения и не требует дополнительной регистрации в качестве самостоятельного СМИ. Правда, это правило соблюдается только «при условии идентичности содержания печатной и электронной версий». Допускается сокращение объема материалов, а также исключение и замена печатных рекламных сообщений.

В апреле 2007 года вышло постановление Кабинета министров Узбекистана о внесении изменений и дополнений в Положение о порядке государственной регистрации СМИ в Узбекистане. Указанным постановлением определен упрощенный список представляемых документов при регистрации электронного СМИ в виде сайта. Он включает в себя заявление установленной формы, документ о регистрации имени (домена) и квитанцию об оплате соответствующих сборов. Согласно постановлению, ставка регистрационного сбора снижена с 10 минимальных заработных плат до одной.

Исходя из всего вышеизложенного, можно сделать вывод, что интернет-журналистика в Узнете развивается. Конечно, нам еще очень далеко в этом плане, например, до Рунета: действительно качественные узбекистанские интернет-СМИ можно перечислить по пальцам. Стоит острая проблема нехватки ресурсов на узбекском языке. Ощущается острый

дефицит местных новостей, который могут восполнить только отечественные журналисты.

Кроме того, интернет-журналистика в Узбекистане пока не приносит прибыли. Основным источником дохода для сетевых СМИ – это размещение на своих сайтах рекламных баннеров. В Узнете посещаемость сайтов небольшая: интернет-пользователи составляет всего несколько процентов от общего числа населения. Соответственно, у рекламодателей пока нет стимула вкладывать деньги в сетевую рекламу.

Еще одна проблема – нехватка квалифицированных кадров, умеющих писать для Интернета. Ведь подача материалов в сетевой журналистике отличается от той, которая используется в обычных СМИ.

3.2. Журналистские жанры в электронных СМИ Узбекистана

Прежде всего необходимо отметить, что первоначально журналистские жанры в интернет-пространство перешли из периодической печати, что вполне логично и закономерно.

Первое, с чем сталкивается исследователь интернета, взявшийся выявить жанровую типологию публикаций в сети, это присутствие всего во всем, и в каждом, и везде.

Черты традиционных журналистских жанров – репортажа, очерка, фельетона, корреспонденции и других – можно найти, если поискать, в любой сетевой публикации.

«...Целью любого новостного сайта является представление важной информации своим пользователям наиболее эффективным, элегантным и эффектным образом. Сам процесс написания статей для онлайн мало чем отличается от традиционной журналистики. Основные правила те же, есть

лишь небольшая разница, которая диктуется платформой» 19 (то есть, в данном случае, Интернетом).

Общеизвестно, что в журналистике идет постоянное обновление «жанровой палитры», причем наиболее активно оно происходит в переломные моменты развития общества. Меняются характер, форма представления материала, происходит некая мутация привычных, устоявшихся текстовых форм. Подобные изменения вызваны необходимостью «адаптации» жанров к новым коммуникативным реалиям.

Безусловно, такое масштабное явление, как интернет-журналистика, не может не трансформировать журналистику в целом, внося новые художественные приемы представления массовой информации, а также видоизменяя методы работы с массовой информацией.

В журналистике нынешнего времени, когда в единицу времени человек получает огромное количество разнообразной информации, на первый план выходят оперативно-новостные жанры.

Заметка является простейшим жанром периодической печати. С нее начиналась газета. Она призвана оперативно, выразительно и кратко сообщать о новости в политической, экономической, культурной жизни — что, где, когда произошло или должно произойти. Заметка фиксирует конкретный жизненный факт, она фиксирует самое главное, существенное. Именно поэтому этот жанр так популярен в интернете.

Потребность в максимальной оперативности и сжатости спровоцировало появление принципа телеграфной строчки; язык стал суховатым, слова потеряли образность.

19 Лазарева Э.А. Язык электронных СМИ в коммуникативном аспекте. // Публицистика и информация в современном обществе.- М., 2000. С. 205.

Так, отечественные сетевые СМИ активно используют этот жанр в классическом виде на своих сайтах.

1) В Ташкенте обсудили национальное законодательство и международный опыт организации бюджетного процесса

11 мая Комитетом по бюджету и экономическим реформам Законодательной палаты Олий Мажлиса Республики Узбекистан совместно с Министерством финансов с участием руководителей и специалистов министерств, ведомств, ученых, представителей депутатского корпуса проведен семинар на тему: "Бюджетный процесс: национальное законодательство и международный опыт".

В рамках семинара были обсуждены роль и задачи депутатов в осуществлении парламентского контроля. В частности, в ходе дискуссий рассматривались вопросы повышения контроля за эффективным целевым использованием бюджетных средств. На семинаре также был проанализирован международный опыт организации бюджетного процесса, рассмотрены вопросы участия парламентов в формировании и исполнении бюджета.²⁰

2) В Ташкенте произошло землетрясение

В Ташкенте 13 мая 2012 года в 04:30 часов было зафиксировано небольшое землетрясение, эпицентр которого находился в соседнем Таджикистане.

По данным сейсмостанции «Ташкент», сила подземных толчков составила 2-3 балла в Ташкенте, в Фергане — 3 балла, в Андижане и Намангане — около 2 баллов.

²⁰ <http://finance.uzreport.com/bank>.

Магнитуда землетрясения в эпицентре, который находился на расстоянии около 300 км к юго-востоку от Ташкента, составила 5,1. 21

3) В МИД Узбекистана состоялась встреча с Послом Малайзии

11 мая 2012 года в Министерстве иностранных дел Республики Узбекистан состоялась встреча с Чрезвычайным и Полномочным Послом Малайзии Абдулом Азизом Бин Харуном.

Стороны обменялись мнениями по практическим аспектам расширения узбекско-малазийского сотрудничества, конструктивного взаимодействия в международных организациях.

Отдельное внимание уделено вопросам предстоящих контактов на различных уровнях.²²

Оперативно-исследовательские жанры — интервью, репортаж, отчет.

Жанр **интервью** очень популярен в интернете — практически любой сайт, позиционирующий себя как СМИ, содержит рубрику «Интервью». Сетевые технологии заметно упрощают процесс подготовки и публикации интервью, не говоря уже о том, что интерактивность интернет-вещания позволяет вовлечь в процесс подготовки материала аудиторию издания.

На своих электронных страничках публикуют интервью многие сетевые СМИ Узбекистана, в том числе:

www.gazeta.uz (*Можно ли предсказать землетрясение?, «Больше работая с женщинами, государство улучшает свое экономическое*

21 <http://www.uzdaily.uz/articles-id-10967.htm>

22 www.gazeta.uz

состояние», «Изъяны необходимо вскрывать», Менеджер «Бунёдкора» рассказал о планах клуба, «Троллейбусы – самый малоэкономичный транспорт», Саша Юрва: «Я был рад вернуться в Узбекистан», Коммерсант.Уз расскажет о молодых бизнесменах, Руперт Джой: «Великобритании есть что предложить Узбекистану», ООН намерена развивать сотрудничество с Узбекистаном, Джемпаров меняет «Бунёдкор» на «Сеул» и др.)²³

www.review.uz (Как моральные императивы бьют козырем по прибыли, Рейтинговая система – привязка к местности, «Кризисы в мире не в новинку», Samsung: стратегия совместных проектов, «Город нельзя вырастить в пробирке», Главная роль второго плана, «Продажи могут быть и выше...», К юбилею независимости мы откроем 15 новых кинотеатров, Двадцать лет песни свободы, «В процессе глобальных структурных перемен мы выигрываем», Сорок фраз художника Инны Сандлер, Корпоративный имидж: уже не рано, еще не поздно, «Узбекистан – идеальный рынок для таких компаний, как Nike и GAP», – считает президент Американской торговой палаты Дональд Николсон, «Наша задача – создать народный стиральный порошок», Звездочка на мировой карте айкидо, Закон повлечет за собой формирование цивилизованного механизма работы на рынке недвижимости, «Интернету пока не подменить эстетического наслаждения от перелистывания журнала и аромата свежей типографской краски» и др.)²⁴

www.podrobno.uz (Навоийский ГМК в ближайшее время планирует внедрить автоматизированные системы контроля и учета энергоресурсов на ряде своих производственных подразделений, Зимфира Мусина: «Сейчас котлы и котельные помещения являются предметом гордости хозяев», Мариан Пшезьдзецки: «На узбекской земле потенциал сотрудничества

²³ www.gazeta.uz

²⁴ www.review.uz

заложен исторически», Акмаль Саидов: «Великий Гете воплотил в своем творчестве время и заглянул в будущее», Карен Гафурджанов: «Этно-фолк – это музыка с душой», Исмаил Джалилов: "Не было никаких трудностей, только вдохновение" и др.)²⁵

www.uzreport.com *(Футбол: интервью с тренером "Пахтакора", Бангладеш рассматривает Узбекистан в качестве ключевого партнёра в регионе, Узбекистан за короткий период добился большого прогресса во всех сферах жизни, Мы готовы к сотрудничеству с Узбекистаном и др.)²⁶*

Репортаж — наглядное представление о событии через восприятие журналиста-очевидца. Его особенности определяются назначением этого жанра. Задача, стоящая перед его автором, — рассказать о событии глазами очевидца или участника. Важными качествами этого жанра являются оперативность, динамичность и эффект присутствия, а в онлайн-ресурсах — еще и небольшой объем текста, поскольку веб-страницы с объемными материалами, как правило, плохо воспринимаются.

www.uzreport.com *(Прошла церемония награждения победителей и лауреатов премии "Олтин калам" 2012 года, Волшебное исцеление сердца, или отчаяние до минимума, Шестой Центральноазиатский фестиваль экологической журналистики-2007, Открылась фотовыставка Шавката Болтаева и др.)²⁷*

www.gazeta.uz *(Работы Дины Пенсон представит проект «Без дублей», Выставка: Париж Юлии Дробовой, В Ташкенте отметили 50-летие полета*

²⁵ www.podrobno.uz

²⁶ www.uzreport.com

²⁷ www.uzreport.com

Гагарина, Softline открыла интернет-телеканал о софте, Открылась выставка фоторабот Поля Надара и др.).28

www.review.uz *(Теплый взгляд сквозь холодное стекло объектива, Вы еще не фотографируете?! Тогда мы идем к вам!, Это не про футбол и др.).29*

www.zerkalo21.uz *(Космический марафон под Паркентом, Верный рыцарь кино, Остановись, мгновенье..., Самые нелепые розыгрыши, Кто сказал, что люди не летают?, Место под солнцем и др.).30*

Отчет — это информационное сообщение о мероприятии, на котором присутствует определенная аудитория (конференции и собрания, спортивные соревнования и выставки и т. д.). Важнейшая задача отчета в периодической печати — сообщить читателям о событии, его ходе и развитии так, чтобы дать достаточно полное представление об общественно-политическом значении описываемого. Отчеты делятся на прямой, аналитический, тематический, проблемный. Необходимо подчеркнуть, что в отчет — один из самых распространенных жанров в отечественных интернет СМИ.

www.uza.uz *(«Микрокредитбанк»: итоги и перспективы, Динамика Национальной экономики, Статистика — свидетельство результативности реформ, Совершенство системы интерактивных услуг, В поддержку предпринимателей, Анализ итогов и задачи на перспективу, В целях дальнейшего развития компьютеризации и др.).31*

28 www.gazeta.uz

29 www.review.uz

30 www.zerkalo21.uz

31 www.uza.uz

www.nuz.uz (Оценка улучшена, Представляем новые документы, Развитие Интернета в стране, Биржа "Тошкент" - отчет за неделю и др.).³²

Корреспонденцию, комментарий (колонку), рецензию можно отнести к исследовательско-новостным жанрам.

Корреспонденция — информационный жанр, содержащий не только информацию о событии или явлении, но и элементы оценки, прогноза. Этот жанр характерен для ресурсов, специализирующихся на новостной информации и часто применяется в отечественных газетах (журналах), как онлайн-овых, так и оффлайн-овых.

Комментарий — жанр, ставший весьма популярным среди сетевых изданий Узбекистана именно благодаря интерактивности интернета. Сетевые технологии позволяют в кратчайшие сроки получить практически неограниченное количество комментариев как от экспертов, так и от рядовых читателей. В результате заявленная тема освещается с нескольких точек зрения и рассматривается максимально полно. В отечественной сети применяется два «формата» полемического комментария: когда публикуются две противоположные точки зрения и когда в пределах одного материала публикуется несколько комментариев по заданной теме.

Поводя итог отметим, что при перенесении с бумаги на веб-страницы некоторые традиционные жанры журналистики претерпели ряд изменений. Так, все они вынуждены сократиться в объеме, поскольку массивные материалы в интернете зачастую не дочитываются до конца. Наибольшую популярность в сети приобрела заметка, т.к. современному потребителю необходима информация — лишь самое важное. К тому же лишь в интернете новостные журналисты могут в полной мере проявить свою оперативность.

³² www.nuz.uz

3.3 Характеристика жанровой структуры массовых web-изданий (на примере www.uza.uz, www.podrobno.uz, www.gazeta.uz, www.review.uz).

С рождением нового вида средств массовой информации – интернет-сайтов – возник новый тип журналистики. А с ним и обновленная форма подачи материала. Но в тоже время на страничках сетевых изданий мы часто наблюдаем классическую жанровую палитру журналистики. Рассмотрим разнообразие журналистских жанров на примерах таких сетевых СМИ как www.uza.uz, www.podrobno.uz, www.gazeta.uz, www.review.uz.

www.gazeta.uz

Интернет-издание «Газета.uz» существует с августа 2008 года. Девиз газеты: «Новости для людей».

Основная масса сообщений на сайте написана в жанре новостной заметки. Жанр новости с его пирамидальной структурой, свойственной ему лаконичностью и концентрацией внимания на факте наиболее популярен на сайте www.gazeta.uz. Это связано с тем, что огромный массив информации в Интернете трудно поддается упорядочению путем использования сложных выразительных средств. Оперативность и точность подачи материала, свойственные этому жанру востребованы в Интернете. Кроме того, Интернет – издания, в том числе www.gazeta.uz - это журналистика малых (по объему) форм. Трудно представить себе человека, который будет читать на компьютерном мониторе сочинение больше, чем 8–10 тыс. знаков, особенно на повременном dial-up соединении.

Информационная заметка на сайте www.gazeta.uz подчинена всем основным правилам журналистики: оперативности, краткости, релевантности и лаконичности, и отвечает на три главных вопроса: что? где? когда?

Подчеркнем, что новостные заметки на сайте располагаются в хроникальной последовательности с указанием появления информации в

сети. Это позволяет читателю быстро и удобно отыскать свежую информацию и не закапываться в архиве новостей со всего мира. Тематика заметок достаточно обширна: политика, экономика, общество, технологии, кино, музыка, масс-медиа, авто, и так далее.

www.uza.uz

Национальное информационное агентство Узбекистана (УзА) является государственным источником официальной информации и ведущим информагентством республики. Свою историю агентство ведет с 1918 года, когда в Ташкенте открылось отделение РосТА. Позже оно было преобразовано в республиканское телеграфное информационное агентство УзТАГ в системе ТАСС.

В настоящее время УзА с максимальной полнотой освещает деятельность властных структур государства. Работа собственных корреспондентов во всех областях страны позволяет агентству держать руку на пульсе основных событий в республике, оперативно и объективно рассказывать о жизни регионов.

Информация УзА распространяется на узбекском, русском, английском, французском, немецком и арабском языках.

Среди потребителей информации УзА – не только газеты и журналы, республиканское телевидение и радио. Материалы с маркой УзА используют посольства, министерства и ведомства, компании и организации в Узбекистане и других странах.

Приоритет информационной политики УзА в последнее время – более широкое и всесторонне представление Узбекистана в глобальной информационной сети. Для этого у УзА есть необходимая техническая база и интеллектуальный потенциал.

На сайте УзА можно прочитать максимум правдивой и объективной информации о реформах в республике, об экономическом, географическом, историческом, этническом, культурном и духовном своеобразии и потенциале Узбекистана. Корреспонденты УзА публикуют материалы в разных журналистских жанрах. Среди наиболее часто встречаемых жанров на данном сайте – отчет, репортаж и статья.

www.podrobno.uz

Агентство новостей «Podrobno.uz» на сегодняшний день является одним из ведущих СМИ не только в Узбекистане, но и Центральной Азии.

Корреспонденты готовят новости Узбекистана и Центральной Азии, журналисты Podrobno.uz всегда в гуще событий. На страницах издания всегда можно найти самые последние новости из различных сфер жизни региона Центральной Азии – политика, экономика, общество, технологии, культура и спорт.

Кроме того, на сайте Агентства новостей «Podrobno.uz» можно найти и много другой полезной, оперативной и интересной информации. В рубрике «Туризм и путешествие» публикуются специальные новости Центральной Азии, рассказывающие о туристическом потенциале Узбекистана в частности и региона в целом, освещающие последние события в этой сфере. Также рубрика знакомит читателя с новыми туристическими маршрутами, тенденциями в мире и экспертным мнением по вопросам развития туристической отрасли страны и региона.

Наряду с этим на сайте www.podrobno.uz можно увидеть и услышать новости Узбекистана и Центральной Азии. Это значит, что помимо графической ленты новостей на сайте размещаются видео-, аудио- и фотоматериалы. А в рубрике «Фотогалерея» вниманию читателя представлены уникальные снимки старого Ташкента, регионов Узбекистана, авторские фотографии на определенную тематику.

Специальная рубрика «Гость номера» в форме интервью познакомит с наиболее популярными и интересными личностями, ставшими гостями столицы или проживающими в Узбекистане. К их числу относятся звезды шоу-бизнеса, актеры театра и кино, политики, дипломаты, ученые, эксперты, бизнесмены, работники искусства и другие.

Также редакция Агентства новостей «Podrobno.uz» в специальной рубрике "Мнение редакции", публикует свое независимое экспертное мнение по актуальным вопросам и событиям, происходящим в мире и стране.

В противовес основным качествам Интернет-журналистики: оперативности и постоянному обновлению, и господствующему положению класса информационных жанров, на Podrobno.uz серьезно представлены аналитические и публицистические жанры статьи, очерка, и корреспонденции. Собственно, они и составляют художественное лицо сетевой журналистики. Особо следует выделить роль корреспонденции жанра, который наиболее точно вписывается в схему коммуникации в сети.

Жанровая палитра данного сетевого СМИ такова: комментарий, интервью, репортаж, мнение, фоторепортаж, очерк, корреспонденция.

www.review.uz

Журнал “Экономическое обозрение” (ЭО) – ежемесячное издание, ориентированное в первую очередь на деловые круги внутри страны и в регионе Центральной Азии. Впервые журнал вышел в свет в 1998 году.

Ввиду ограниченности информации о процессах социально-экономического развития, очень скоро ЭО стал узнаваемым и востребованным среди представителей академических кругов, государственных ведомств и аналитического сообщества. На сегодняшний день журнал остается лидирующим изданием, предоставляющим аналитические материалы по вопросам социально-экономического развития,

включая аналитические статьи, маркетинговые исследования, конъюнктурные обзоры и т.д.

Сегодня основная цель журнала – содействовать развитию общества и бизнеса путем предоставления объективной и своевременной информации о том, что происходит в жизни делового сообщества страны и региона, почему это происходит, а главное – каковы возможные результаты текущих преобразований. Каждый номер журнала посвящен отдельной теме, которой посвящено несколько статей. В тематическом блоке представлены мнения всех сторон, вовлеченных в решение освещаемой проблемы. В журнале не стало меньше аналитики, к ней добавились материалы более прикладного характера – статьи по менеджменту, маркетингу, рекламе, информационным технологиям и пр. Одно из достоинств подобных статей – их проникновенность реалиями нашего сегодняшнего процесса развития. Каждая из них – это маленькая история местных бизнесменов, топ-менеджеров, аналитиков.

Типология жанров интернет – издания «Экономического обозрения» от печатной его версии отличается не сильно. Особое развитие в данном сетевом издании получили жанры аналитической журналистики: комментарий и обзор. Это связано нацеленностью Интернет-журналистики не только констатировать произошедшее, но и анализировать тенденции и практики. Кроме того, всемирная паутина с легкостью позволяет «завязать диалог» с читателем по средством форумов и чатов. «Обсуждение крупных проблем в Интернете происходит обычно на сайте данного аналитического издания. Если постановка темы оказывается актуальной, она сразу подхватывается рядом известных сетевых авторов и публикации этого направления продолжаются довольно долго. При этом "рядовые" читатели также принимают участие в дискуссии в так называемых "форумах" - своего рода доступных трибунах, где каждый может высказать свое мнение или просто отпустить реплику в несколько слов по поводу очередной статьи или

какого-то одного вопроса, затронутого в чьей-либо публикации. Однако главным наполнением темы, естественно, являются фундаментальные статьи "асов" сетевой публицистики. Обычно, как новость, так и комментарий сопровождаются ссылками на архив журнала, где хранится дополнительная информация. Наглядным материал позволяет сделать большой объем фактографий. Создается эффект диалога, при пространственной отдаленности автора и адресата.

Выбор жанра комментария или обзора в данном издании связан с тем, что журналист имеет дело с большой группой фактов, которые требуют тщательной обработки, систематизации и группировки.

Подводя итог, подчеркнем, что проблема жанровой классификации и жанрового разнообразия обсуждается как в серьезных научных исследованиях известных теоретиков журналистики, так в небольших специализированных изданиях. Интерес к этому вопросу с каждым годом только возрастает. Но, как ни странно, исследователи все чаще обращаются к классификации жанров традиционных СМИ, оставляя Интернет - журналистику неизученной.

Однако, сетевые газеты и журналы развиваются гораздо быстрее. Окончательное утверждение электронных сетей как нового вида СМИ произойдет уже в ближайшее десятилетие. Уже сейчас миллионы людей обращаются к сетевым изданиям в качестве первоисточника информации.

Таким образом, анализ сетевых изданий показал, что нынешние сетевые издания пока мало отличаются от своих бумажных аналогов. Поэтому для улучшения Интернет – журналистики следует глубже изучать специфику сетевых СМИ, отслеживать трансформацию жанров, и выработать терминологический аппарат для характеристики жанров Веб-публикаций. Такими представляются перспективы дальнейшего изучения темы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итог, можно сказать, что современное жанровое разнообразие интернет-СМИ совершенно отличается от традиционной классификации жанров. Основу для журналистских публикаций нового поколения составляет мультимедиа. Журналист перестает быть просто журналистом в обычном смысле этого слова. Теперь он не просто «человек с пером» (или диктофоном), теперь в его рюкзаке должна находиться фото- и видеокамера. Он должен уметь монтировать и ставить сюжеты на сайт, он должен не просто думать, о чем и как написать статью, а принимать решения об использовании тех или иных технологий. Журналист должен уметь выбирать, какой вид информации будет более уместным для освещения того или иного события или проблемы — фотоснимки, видеосюжет или видеокomentarий. Однако принятие таких решений ложится не только на плечи самого журналиста. В современных условиях новость создает целый ньюзрум журналистов, графических специалистов, редакторов и пр. Сегодня в журналистике как никогда важна командная работа, чтобы создавать разноплановый, качественный контент.

В определении жанра мы отталкивались от работ Виноградова и Шмелева о жанрообразовании в словесном творчестве. Жанр в нашем понимании это конкретизация понятия литературного рода (эпоса лирики и драмы) в формально-структурной организации произведения. Жанр – это исторически сложившееся внутреннее подразделение всех видов человеческого творчества. И сетевая журналистика не является исключением. В своих определениях журналистских жанров мы использовали работы Ворошилова и Розенталя. Анализ показал, что наиболее востребованными в интернете являются новостийные жанры, публицистические и эпистолярные.

Жанр новости с его пирамидальной структурой, свойственной ему лаконичностью и концентрацией внимания на факте наиболее популярен в сетевой журналистике. Это связано с тем, что огромный массив информации в интернете трудно поддается упорядочению путем использования сложных выразительных средств. Оперативность и точность подачи материала, свойственные этому жанру востребованы в интернете. Также присутствуют из новостийных жанров репортаж и заметка.

В противовес ему серьезно представлены в интернете аналитические и публицистические жанры статьи, очерка, эссе и корреспонденции. Собственно, они и составляют художественное лицо журналистики Всемирной паутины. Особо следует выделить роль корреспонденции жанра, который наиболее точно вписывается в схему коммуникации в сети. Создается эффект диалога, при пространственной отдаленности автора и адресата.

Эпистолярность сетевых жанров обусловлена характером коммуникации во Всемирной паутине, обмен сообщениями по примеру традиционной переписки, когда текст или послание доставляются адресату не непосредственно путем чувственного восприятия (зрения или слуха), а могут быть восприняты лишь посредством медиума, телекоммуникационной сети. При этом движение информации можно сравнить не с однонаправленным вектором, а со сложной спиралью, которая каждым своим оборотом (автор - адресат), вносит коррективы и в форму, и в содержание информации. Новое развитие в интернете получили такие публицистические жанры как эссеистика, жанр путевых и бытовых записок, поскольку терпимость и автономность, заложенные в концепции всемирной паутины, всячески поощряют сколь угодно большую индивидуализацию журналистского творчества. Присутствует и обратная тенденция к общинности, свойственная Интернету вообще, а русскоязычному Интернету в особенности. На страницах сетевых СМИ можно встретить множество обсуждений

дискуссий, открытых диалогов. Диалогичность, даже многоголосие были тоже свойственна паутине изначально. Также в сетевой журналистике можно встретить множество образцов коллективного творчества. Общинность, которая свойственна обитателям сети, весьма располагает к этому. В качестве примера такого коллективного творчества можно привести интернет энциклопедию «Wikipedia», куда каждый желающий может добавить свою статью или комментарий.

На данный момент не было выработано четкой законодательной системы регламентации сети. Сетевые авторы подчиняются лишь законам художественной образности, пользовательского спроса и технологическим требованиям. Вероятно, последнее и привело к тому, что во Всемирной паутине наиболее развитыми являются виды печатной журналистики, пресса, как мы убедились, популярна в сети значительно больше чем ее «медиа-сестры». Это связано с тем, что информация в сети, как мы писали выше, прежде чем быть представленной пользователю должна быть упорядочена, каталогизирована и проиндексирована. И чем более точно, тем больше ее шанс найти себе аудиторию, а современные технические средства интернета, ориентированы в первую очередь на то, чтобы индексировать текстовую, а не аудиовизуальную информацию. Впрочем, такое свойство сети как мультимедийность позволяет ей с легкостью преодолевать традиционные рамки телевизионной и радио журналистики, удачно совмещая их достижения с достижениями прессы.

Журналисты стали больше заботиться о своей аудитории, создается огромное количество вариантов просмотра новостей, СМИ стали интерактивными, даже видеосюжет можно не загружать полностью, а посмотреть лишь необходимую часть.

Однако эти технологии присущи мировым интернет-СМИ, но в Узбекистане они пока плохо развиты. Отечественная сетевая пресса

стремится развиваться, и это хорошо заметно, однако нам пока не хватает ресурсов. Не каждая редакция способна содержать сервер или оплачивать хостинг для хранения больших объемов информации. К тому же для создания настоящей полноценной конвергентной редакции необходимо дорогостоящее техническое оснащение для журналистов, фотографов, видеооператоров.

Основные жанры, которые используют узбекистанские сетевые СМИ — интерактивный видеосюжет, фоторепортаж, инфографика. Отдельные СМИ практикуют онлайн-видеотрансляции пресс-конференций, уличных акций, презентаций книг, открытий выставок, аудио- и видеоподкасты, аудиослайдшоу.

В узбекистанских онлайн-информационных ресурсах до сих пор не используется такой мультимедийный жанр как мультискрипт, не проводятся мультимедийные ток-шоу, а мультимедийное сопровождение материалов, как правило, строится на «том, что есть». То есть видео-, аудиоинформации не уделяется должного внимания, если есть — ставят, если нету — не обращают внимания. В узбекистанской журналистике пока не на должном уровне находится культура заботы об аудитории, когда редакция думает, выбирает способ подачи информации, наиболее удобный для читателя/зрителя/слушателя. Но наши редакции стремятся проявлять эту заботу, активно осваивают новые технологии и, возможно, в скором будущем смогут использовать возможности мультимедиа в полном объеме.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Законы и другие нормативные документы

Республики Узбекистан

- 1.1. Конституция Республики Узбекистан. –Т.: Узбекистан, 2003.
- 1.2 О средствах массовой информации (новая редакция). Закон Республики Узбекистан, 15.01.2007. № 78.
- 1.3. О защите журналистской деятельности. Закон Республики Узбекистан, 24.04.1997. № 402–I.

2. Выступления, Постановления и произведения

Президента Республики Узбекистан Каримова И.А.

- 2.1. Каримов И.А. Концепция дальнейшего углубления демократических реформ и формирования гражданского общества в стране. Доклад Президента Ислама Каримова на совместном заседании Законодательной палаты и Сената Олий Мажлиса Республики Узбекистан // Народное слово, 2010, 13 ноября.
- 2.2. Каримов И.А. Модернизация страны и построение сильного гражданского общества – наш главный приоритет. Доклад Президента Ислама Каримова на совместном заседании Законодательной палаты и Сената Олий Мажлиса Республики Узбекистан// Народное слово, 2010, 28 января.
- 2.3. Каримов И.А. Самое главное - это правильное отображение действительности.- Т.: Узбекистон, 2009. - С.11.
- 2.4. Работникам печати и средств массовой информации// По пути модернизации страны и устойчивого развития экономики.- Т.: Узбекистон, 2008.
- 2.5. Каримов И.А. Наша главная цель – демократизация и обновление общества, реформирование и модернизация страны. – Т.: Узбекистон, 2005. - С.88.

2.6. Каримов И. За процветание Родины каждый из нас в ответе.- Т.:Узбекистон, 2001.

2.7. Каримов И. О средствах массовой информации.// Четвёртая власть.- Т.:Узбекистон, 1998.

2.8. Каримов И.А. Сотрудникам печати и средств массовой информации // Народное слово, 2010, 26 июня.

2.9. Каримов И.А. Основные направления углубления демократических реформ и формирования основ гражданского общества в Узбекистане. Доклад Президента РУз на IX сессии Олий Мажлиса// Народное слово, 2002, 30 августа.

2.10. Идеология – это флаг, объединяющий нацию, общество, государство.- Т.: Узбекистон, 1998.

2.11. Законы, регулирующие правовую деятельность СМИ в РУз.-Т.: Жахон, 1998.

2.12. Каримов И.А. О средствах массовой информации. // Четвёртая власть.- Т.: Узбекистан, 1998. С. 63-67.

2.13. Каримов И.А. Узбекистан на пороге XXI века: угрозы безопасности, условия и гарантии прогресса.- Т.: Узбекистон, 1997.

3. Литература по теме

3.1. Акопов, А. Периодические издания: учебн.-метод. пособие/ А. Акопов. — Ростов-на-Дону, 1999;

3.2. Амзин. А. Новостная интернет-журналистика / А. Амзин [Электронный ресурс]. – 2010. – Режим доступа: <http://kebati.ru/journ/journ.pdf> – Дата доступа : 11.05.2011;

3.3. Вартанова, Е. К чему ведет конвергенция СМИ? / Е. Вартанова//Информационное общество. -- 1999. -- № 5. -- С. 11 – 14;

3.4. *Вартанова, Е. Медиаэкономика зарубежных стран: учебн. пособие / Е. Вартанова. — М.: Аспект Пресс, 2003;*

3.5. [Вейлер, К. Сетевые СМИ -- другая журналистика?/](#) К. Вейлер, Р. Маурер [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: <http://www.onlinejournalismus.com/olj/wir.htm> – Дата доступа : 01.05.2011;

3.6. Горный, Е. Интернет для журналистов / Е. Горный [Электронный ресурс] – 2011. – Режим доступа : http://www.zhurnal.ru/staff/gorny/texts/internet_for_journalists.html -- Дата доступа : 05.05.2011;

3.7. Землянова, Л. Зарубежная коммуникативистика на рубеже веков/Л. Землянова // От книги до Интернета: Журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия / Л. Землянова. -- М.: МГУ, 2000;

3.8. Интернет журналистика (Интернетда радио ва телевидение). Илмий мақолалар тўплами. Ответственный редактор Ф.А.Муминов.-Т.: MRC-Tashkent, 2005.)

3.8. Кастельс, М. Галактика Интернет / М. Кастельс. — Екатеринбург: У-Фактория, 2004;

3.9. Кирия, И. Мультимедиа и новые принципы новостей/ И. Кирия // Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные; под ред. А. Качкаевой. — М., 2010;

3.10. Кирия, И. Организация труда в конвергентной редакции мультимедийного СМИ/ И. Кирия // Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные; под ред. А. Качкаевой. — М., 2010;

3.11. Кирия, И. Что такое мультимедиа? / И. Кирия // Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные; под ред. А. Качкаевой. — М., 2010;

3.12. Костыгова, Ю. Сетевые и печатные СМИ: конвергенция или антагонизм? / Ю. Костыгова // Информационное общество.- 2001.- № 1.

3.13. Коханова, Л. Интернет — журналистика / Л. Коханова, А. Калмыков. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005;

3.14. Кройчик, Л. Система журналистских жанров / Л. Еройчик // Основы творческой деятельности журналиста; под ред. С. Корконосенко. — СПб., 2000;

3.15. Кудратходжаев Ш.Т. Журналист фаолиятида Интернетдан фойдаланиш (учебное пособие).-Т.:Чинор ЭНК, 2010.

3.16. Кудратходжаев Ш.Т. Интернет: яратилиши, тарихи, хавфсизлик масалалари (методическое пособие).-Т.: Чинор ЭНК, 2010.

3.16. Кудратходжаев Ш.Т. Интернет: яратилиши, тарихи, хавфсизлик масалалари (методическое пособие).-Т.: Чинор ЭНК, 2010.

3.17. Кудратходжаев Ш.Т. Интернет: тарихи, тузилиши, тезник хавфсизлик (учебно-методическое пособие).-Т.: Чинор ЭНК, 2010.

3.15. Левин А.Ш. Интернет – это очень просто! 2-изд.-СПб.:Питер, 2009.

3.16. Леонтьев В.П. Интернет 2010. Универсальный справочник. (Энциклопедический словарь). -М: OLMA Media Grupp, 2010.

3.15. Лосева, Н. Конвергенция и жанры мультимедиа/ Н. Лосева// Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные; под ред. А. Качкаевой. — М., 2010;

3.16. Лосева, Н. Конвергенция: перестройка бизнес-моделей, редакционного пространства и мозгов/ Н. Лосева// Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные; под ред. А. Качкаевой. — М., 2010;

3.17. Луканина, М. Текст средств массовой информации и конвергенция / М. Луканика// Политическая лингвистика. – 2006. - № 20;

3.18. Лукина, М. СМИ в пространстве Интернета: учеб. пособие / М. Лукина, И. Фомичева. — М., 2005;

3.19. Лукина, М. Интернет СМИ: теория и практика / М. Лукина. — М.: Аспект Пресс, 2010;

3.20. Машкова, С. Интернет-журналистика: учебн. пособие / С. Машкова. — Тамбов, 2006;

3.21. Муратова Н. Информационный рынок: развитие под влиянием новых коммуникационных технологий. //ICTNEWS., № 16 -Т., 2010, 16-31 августа, с. 44-45.

3.22. Муратова Н. Интернет технологии в газетном бизнесе: главные редакционные тенденции. //Ўзбекистон матбуоти. № 1.-Т, с.46-47.

3.21. Рашидова Д., Муратова Н. Интернет журналистика.- Т., 2007.

3.22. Рашидова Д. Интернет в Узбекистане: возможности и проблемқ. – Т., 2003.

3.21. Рашкофф, Д. Медиа вирус! / Д. Рашкофф. — М.: Ультра. Культура, 2003;

3.22. Российский энциклопедический словарь: в 2 кн. -М., 2001.

3.23. Словарь-справочник: журналистика, реклама, паблик рилейшнз. Авт.колл.: Ф.Нестеренко (рук.), М.Казем, К.Ирназаров, Я.Маматова и др. - Т.: Заркалам, 2003.

3.24. Синенко, Т. Жанровая специфика сетевой полемики/ Т. Синенко // Вестник Воронеж. гос. унив-та. Серия: Филология. Журналистика. – 2008. - № 1;

3.25. Собирова Д.Ж. СМИ- власть видимая. Пресса Узбекистана. № 3.- Т.- С. 46.

3.25. Филимонов, М. Скорость и многоформатность. Объединенная редакция информационного мультимедийного агентства / М. Филимонов // Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные; под ред. А. Качкаевой. — М., 2010;

3.26. Шестерина, А. Полемический текст в современном медиaprостранстве / А. Шестерина. - Тамбов, 2003;

4. Сайты

4.1. www.belapan.by/site/about/

4.2. www.belta.by/ru/service_folder/additionally/company/about_company

4.3. www.naviny.by/rubrics/society/2011/04/29/ic_articles_116_173359/

4.4. http://naviny.by/rubrics/finance/2011/03/18/ic_media_infografic_114_4034/

4.5. www.rian.ru/docs/about/index.html

4.6. www.rian.ru/society/20080802/150087049.html

4.7. www.sb.by/post/116596/

4.8. www.sb.by/post/116135/

4.9. www.press.uz

4.10. www.ziyonet.uz – Образовательная информационная сеть Узбекистана.

4.12. <http://www.gramota.net>.

4.13. <http://www.media.utmn.ru>.

4.14. <http://www.youngblood.ru>.

4.15. <http://www.library.cjes.ru>

4.16. <http://www.wikipedia.ru>

4.17. <http://www.gov.uz>

4.18. <http://www.aci.uz>

4.19. <http://www.api.uz>

4.20. <http://www.uzedu.uz>

4.21. <http://www.edu.uz>

4.22. <http://www.tashkent.uz>

4.23. <http://www.uzlidep.uz>

4.24. <http://www.fundforum.uz>

4.25. <http://www.sarcor.uz>

4.26. <http://www.uzbekiston.uz>

4.27. <http://www.press-uz.info>