

Санкт-Петербургский государственный университет  
Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

ISSN 2306-417X

# Медиа в современном мире

## 54-е Петербургские чтения

Материалы международного научного форума

22–24 апреля 2015 г.

Век информации

2015. № 3 (S4)

Санкт-Петербург  
2015

**Е. А. Войтик**

Томский гос. университет

Статья посвящена анализу отношений журналистов, обращающихся к Интернету как к источнику информации, и их потенциальной аудитории, которая является потребителем созданных журналистских текстов.

Ключевые слова: *Интернет, журналистика, автор, пользователь, коммуникация.*

## АВТОР И ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ В СИСТЕМЕ МЕДИАИНТЕРНЕТА: ИНТЕГРАЦИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ ОТНОШЕНИЙ

В нашем случае объектом изучения становится не вся интернет-среда, а лишь ее небольшая часть, относящиеся к интернет-журналистике, в которую входят: сайты традиционных СМИ, интернет-издания, интернет-радио, интернет-телевидение, информационные порталы, а также медиаресурсы, относящие к гражданской журналистике (блоги, социальные сети, форумы, чаты и т.д.). Благодаря последним формируемую среду можно назвать медиаинтернетом. Эта дефиниция дает более широкое представление, чем интернет-журналистика, в рамках которой действуют определенные правила и каноны. Однако в современной быстроменяющейся интернет-среде эти правила или не соблюдаются, или просто не работают.

Кроме того, для нас важны и еще два термина, помогающие понять — кто является субъектами медиаинтернета. Мы выделяем двух основных участников этого процесса: автора и пользователя.

Автор — создатель информационного текста в медиaprостранстве Интернета. В рамках медиаинтернета автором может выступать журналист, блогер, активный пользователь, автор-индивидуум (пишущий для себя, без желания показать текст другим).

Пользователь — читатель, зритель (реже слушатель) печатного или видео- (аудио-) текста с правом выбора исходя из собственного интереса. Здесь выделяются подтипы: активный и пассивный пользователь. Активный деятельно принимает участие в интернет-дискуссии по поводу той или иной публикации, а также насущной проблемы (в рамках форумах, чатов или комментария).

Он может написать «ответный» материал, тем самым вставая на позицию автора. Пассивный пользователь является только получателем информации, без желания вступать в ту или иную интернет-полемику.

При совокупности изучаемых факторов в медиаинтернете можно выделить следующие виды коммуникативных отношений между автором и пользователем.

- «Автор — пассивный пользователь». Если рассматривать коммуникативную активность каждого из обозначенных субъектов в отдельности, то у автора она будет высокая (исходя из того, что он предлагает свой «труд» читателю сайта и, значит, уже совершил действие), а у пассивного пользователя она будет низкой. Причин этому может быть несколько: был прочитан только заголовок, лид или начало интернет-текста; интернет-публикация была полностью изучена, но не вызвала интереса и внимания; интерес все же проявился, но пользователь не захотел (не решился) выставить их на показ другим интернет-читателям. Однако в совокупности коммуникативные отношения между автором и пользователем будут минимально развитыми; несмотря на ярко выраженную деятельность первого, второй не сделает шаг ему навстречу.

- «Автор — активный пользователь». Оба субъекта активны, каждый из них готов вступить в прямые коммуникативные отношения (т.е. переписку), тем самым достигнуть максимального уровня коммуникации. Однако часть авторов может уходить в сторону от полемики и становиться сторонними наблюдателями (т.е. не вступать в контакт со своими оппонентами, но тщательно следить, каковы отзывы и комментарии на его публикацию). Несмотря на проявление автором некоторой пассивности, взаимоотношения все равно остаются динамичными.

- «Пользователь — пользователь». Здесь оба субъекта — активные пользователи. При обсуждении того или иного интернет-текста они уже вступают в коммуникацию между собой. При этом каждый отстаивает свою точку зрения. В этот момент проявляется пиковый уровень медиакоммуникации.

Таким образом, в пространстве медиаинтернета, помимо классического дуэта «автор — активный пользователь», максимально активных коммуникативные отношения могут строить и представители аудитории, общаясь между собой, что не прослеживается в других средствах массовой информации.

**E. A. Voytik**

Tomsk State University

### **Author and user in a system of media Internet: Integration of communicative relations**

The article is devoted to analysis of the relationship of journalists referring to the Internet as a source of information and their potential audience, which is a user of created journalistic texts.

*Keywords: Internet, journalism, author, user, communication.*