

В 2008 году объем рекламы в интернет-изданиях догонит аналогичный показатель в традиционных СМИ

Роль интернет-СМИ будет расти все больше. К ним будут перетекать рекламные деньги от традиционных СМИ. При этом интернет-издания будут взаимодействовать и сливаться с телевизионными, радио- и «бумажными» СМИ.

Такой вывод следует по итогам круглого стола «Интернет против традиционных СМИ», проведенного сегодня в РИА «Новости» с участием Российской ассоциации по связям с общественностью и деловой газеты «Взгляд».

Постоянных интернет-пользователей в России меньше четверти, тогда как в Западной Европе, США, Австралии в Сети постоянно бывают почти все жители. У нас ситуация будет приближаться к западной, то есть и интернет-СМИ, и соответствующий рынок ждет большой рост.

Интернет-аудитория в России своеобразна. Средний читатель интернет-СМИ молод, хорошо образован (больше половины пользователей обладают высшим образованием), живет в крупном городе. По данным опросов, не более трех из ста граждан в возрасте за 55-60 лет посещали хотя бы однажды Интернет за последние полгода. Зато молодежь – от школьников до начинающих менеджеров – проводит время в Сети регулярно.

Сам по себе Интернет лишь средство коммуникации, а не СМИ. Но его существование многое изменило, каждый сайт или блог фактически являются средством распространения информации. В России 37% руководителей и менеджеров среднего звена ведут интернет-блоги, в них ежедневно публикуется 1,5 млн. сообщений. Люди редко знают имена соседей по лестничной клетке, но знакомятся и узнают много нового из форумов и блогов. Кстати, легкость, с которой можно учредить СМИ, не говоря уже об открытии аккаунта в блоге, порождает снижение качества материалов. Журналисты федеральных газет черпают отсюда материалы для публикаций, и иногда это приводит к курьезам – слишком много некорректной информации. Так, недавно в федеральных СМИ на полном серьезе прошла «утка» о смерти сына губернатора Матвиенко, запущенная в одном из блогов.

Редактор телеканала Russia Today Алексей Николов отмечает, что бурно растущее количество новых СМИ в Интернете, к сожалению, не всегда сопровождается качеством. Уровень журналистики падает, а из вновь зарегистрированных интернет-СМИ через год «живы» не больше трети.

Главный редактор деловой газеты «Взгляд» Алексей Гореславский подчеркнул, что сетевые источники превращаются в интернет-СМИ только после получения лицензии, и тогда на них распространяются те же законы, что регулируют деятельность обычных газет и телевидения. Распространение информации без лицензии, например, в блоге, никак не регламентируется, к публикациям таких «домашних СМИ» нужно относиться с осторожностью.

По словам директора Всероссийского центра изучения общественного мнения Валерия Федорова, уровень доверия к сетевой информации порой больше, чем к официальным источникам, например, органам госвласти, а также бумажным газетам и ТВ. Ниша интернет-СМИ уникальна и специфична, ее высоко оценивают издатели традиционных СМИ, неслучайно большинство газет и журналов имеют сайты с интернет-версиями.

Исполнительный директор Института развития прессы Ольга Карабанова подчеркивает, что противопоставлять Интернет традиционным СМИ некорректно, так как они взаимодополняют друг друга. Однако между ними идет экономическая конкуренция: бумажные газеты получают около 70% доходов от рекламы, но сейчас эти поступления замедляются, так как бурными темпами растет рекламная выручка интернет-изданий. Вопрос в естественных ограничениях, которые в Интернете не преодолеть. Например,

продажи услуг в Сети эффективны, а продажи недвижимости невозможны. Впрочем, возможна реклама риелторских услуг.

Президент Российской ассоциации по связям с общественностью (РАСО) Владимир Мединский также указал на специфику интернет-СМИ. Граждане США делают до 30% покупок, ознакомившись с отзывами о товарах в блогах. Компании отреагировали – начали распространять информацию о себе в блогах с помощью агентов, которые хвалят товары под видом частных потребителей. Интернет проник в повседневную жизнь очень глубоко. Это же касается россиян. Для информации в Интернете нет преград. Здесь простор не только для рекламщиков и коммерсантов, но и, к примеру, для политтехнологов. К тому же российское законодательство пока почти не регулирует отношения в Сети.

Будущее интернет-СМИ в России одновременно радужно и непредсказуемо. Никто не знает точно, какую роль информация в Сети будет играть через несколько лет. Но по некоторым данным уже в 2008 году объем рекламы в интернет-изданиях догонит аналогичный показатель в традиционных СМИ.

Автор: Василий Печко © Взгляд ИНТЕРНЕТ, МИР 👁 2140 14.07.2006, 15:55 📌 167

URL: <https://babr24.com/?ADE=31373> Bytes: 4517 / 4517 Версия для печати

👍 Порекомендовать текст

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

newsbabr@gmail.com

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24_link_bot](#)

Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: [@bur24_link_bot](#)

эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова

Телеграм: [@irk24_link_bot](#)

эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская

Телеграм: [@kras24_link_bot](#)

эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская

Телеграм: [@nsk24_link_bot](#)

эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин

Телеграм: [@tomsk24_link_bot](#)

эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"

Телеграм: @babrobot_bot

эл.почта: eqquatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)