

УДК 070:81.246.2(05)

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НОВИННОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ В ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСАХ

Марина Варич

*Київський національний університет культури і мистецтв,
вул. Щорса, 36, Київ, 01133, Україна
e-mail: abiturient@knukim.edu.ua*

У статі досліджуються тенденції розвитку сучасної новинної журналістики в Інтернет-просторі. Авторка вказує на головні недоліки та переваги новинної журналістики в Інтернеті, прогнозує подальший розвиток цього напрямку у ЗМІ

Ключові слова: Інтернет, новини, журналістика, газета. Журнал, ТБ.

Постановка проблеми. Сьогодні в громадській думці, яка панує в Україні з терміном «журналістика в Інтернеті» асоціюється переважно інформація аналогічна тій, що подається в аудіовізуальних та друкованих ЗМІ. Громадськість здебільшого сприймає Інтернет-видання як частковий, або й повний дубляж того, що читає в журналах, газетах та споглядає на телеекранах і чує з радіоприймачів. Втім, в Америці та Європі вже давно відійшли від такої схеми подачі новин. Закордонне Інтернет-видання це самостійний і повноцінний ЗМІ зі своїми перевагами та недоліками, з текстами, фотокартками і відеорядом відмінними від тих, що друкують на паперових носіях чи показують з екранів ТБ. Така тенденція зберігається навіть у випадку, якщо видання виходить на базі певної редакції (друкованої чи аудіовізуальної).

Українські електронні мас-медіа ще перебувають на шляху становлення і утвердження такої самостійності. Складності додає той факт, що чимало електронних ЗМІ, котрі не мають друкованих аналогів, лишаються неконкурентноспроможними. Адже друковані версії частіше потрапляють на очі читачів у кіосках та на розкладках. Таким чином самостійному Інтернет-виданню доводиться завойовувати свого споживача в умовах жорсткої конкуренції.

Аналіз останніх досліджень з проблематики роботи. Розвиток та функціонування Інтернет-видань в системі мас-медіа неодноразово ставав об'єктом дослідження як українських так і зарубіжних науковців. Новина як трансформація інформації в журналістиці частково досліджувалася академіком Російської АН Микитою Мойсеєвим у праці «Человек и ноосфера» [3]. Саме новинній журналістиці в Інтернеті присвячені праці російського вченого А. Г. Акопова «Электронные сети как новый вид СМИ» [2], «Глобальное средство

массовой информации» [1], Е. Волчинскої, Л. Терещенко, М. Якушев «Интернет и гласность» [4].

Тенденції розвитку електронних ЗМІ в цілому і новини у таких ЗМІ розглядалася українськими вченими журналістикознавцями. Зокрема, блоку новин в Інтернет ресурсах приділяли увагу у своїх роботах сучасні науковці О. Глушко, В. Різун, В. Іванов, І Михайлин. Проте, Інтернет-простір надзвичайно гнучкий і постійно змінюється, поповнюється новими електронними ЗМІ тому потребує нових досліджень і вивчень.

Мета статті: З'ясувати на якому етапі розвитку перебуває сучасна новинна Інтернет журналістика в Україні. Зазначити, які тенденції супроводжують розвиток цього напрямку журналістики та що заважає стрімкому просуванню цього напрямку в медіа-просторі. Також у статті окреслюються найбільші здобутки електронних ЗМІ за роки незалежності.

Завдання:

- визначити, які саме інформаційні електронні видання можна зараховувати до новинної Інтернет-журналістики.
- з'ясувати причини, через які українські Інтернет-видання програють друкованим та аудіовізуальним
- вказати на переваги та недоліки Інтернет-новин... оперативність та своєчасність більше довіряють люди після 40 друкованим...недовіра до інформації Інтернет ресурсів через табloidну інормац.
- визначити перспективи розвитку новинної журналістики в Інтернет просторі.

Новинна журналістика в інтернеті має відносно недовгу історію. На початках свого розвитку охоплювала північноамериканські землі. Уже у 1994 року понад 55 % щоденних американських газет уже були підключені до електронної мережі, Нині з кожним роком кількість електронних версій світових друкованих мас-медіа зростає. І це стосується не лише преси, а й радіо та телебачення.

На сучасному етапі розвитку української журналістики новинам в інтернет-просторі доводиться конкурувати одразу в кількох напрямках. Конкуренція відбувається між аудіовізуальними ЗМІ та друкованими мас-медіа та між власне Інтернет-виданнями. В Україні така конкуренція не завжди складається на користь Інтернет-видань. Адже, вони з'явилися в Україні пізніше, ніж в Америці та Європі і досі не завоювали таку широку аудиторію як за кордоном.

В нашій державі споживачами Інтернет-новин є переважно підлітки та молодь віком до 40 років. Люди старшого покоління, хоча і володіють комп'ютером, але черпають новини переважно, або частково з друкованих ЗМІ та радіо і телебачення. Оскільки їм більше довіряють, або такі мас-медіа є для них звичними.

Втім, незаперечним є факт, що Інтернет-видання з кожним роком розширюють коло своїх споживачів. Однак, гальмуючим фактором у цьому процесі є недовіра до інформації, яка з'являється і поширюється в Інтернет-ресурсах. Зруйнувати цей стереотип можливо лише у випадку дотримання усіма користувачами Інтернету класичного журналістського правила -СТОКАЦ

(своєчасність, точність, об'єктивність, коректність, аргументованість, цілісність) та кодексу журналістської етики, усвідомленням себе відповідальним за інформацію, яка потрапляє у віртуальний простір. Проте, це практично неможливо. Оскільки:

1. В деяких Інтернет-виданнях працюють люди, які не мають азів журналістської освіти і не усвідомлюють себе «4 владою», що формує громадську думку, а сприймають свою професію лише як спосіб заробляння грошей.

2. Інтернет-видання частіше, ніж решта ЗМІ є табloidами, або «жовтою пресою», що прагне висвітлювати скандали, сенсації і подавати неперевірені дані.

З іншого боку, чимало авторитетних і впливових телеканалів та газет мають власні електронні версії. Такі елітні мас-медіа дотримуються правил класичної журналістики не лише на шпальтах газет та в ефірі, а й у віртуальному просторі. Вони й мають широку аудиторію, бо на них працює «ім'я».

Інтернет-видання в Україні - це здебільшого скорочений аналог паперового ЗМІ в електронному варіанті. Така новина має менше шансів на успіх, ніж та, що адаптована для інтерактивного сприйняття.

Одна й та ж новина має по-різному подаватися і, відповідно, сприйматися читачем друкованих мас-медіа і електронних. Втім, є загальні принципи, які стосуються і електронної журналістики. Наприклад, усім ЗМІ доцільно застосовувати у своїй практиці правила наближення інтересів, встановлені Французьким Центром з підготовки та вдосконалення журналістів. Зокрема, при подачі новини варто використовувати чотири вектори впливу на читача: часовий, емоційний, просторовий та орієнтацію на аудиторію.

Поява новини в Інтернеті має бути вмотивованою та підпорядкованою певним вимогам і правилам. Новина в Інтернет-ресурсах несуттєво, але все ж відрізняється від тої, яка з'являється в аудіовізуальних та друкованих ЗМІ. За формою подачі вона найбільш наближена до повідомлень інформаційних агентств, є стислою, чіткою і не містить коментарів.

Втім, завдання, яке ставить редактор перед усіма кореспондентами, що працюють в новинній журналістиці незмінне. Вони прагнуть заінтригувати і утримати увагу читача, глядача, слухача.

Якщо редакція друкованого ЗМІ гадає, що найшвидший і найперспективніший спосіб завоювати увагу читача - інтригуючи та подаючи сенсаційні заголовки, радіо - стислі інформаційні повідомлення, телебачення - вражаючий відеоряд, то новина в Інтернеті, як правило, поєднує усі попередні можливості подання інформації.

Незаперечною цікавинкою для всіх ЗМІ залишаються свіжі новини, які займають першу сторінку газети, починають кожний час радіоефіру і є обличчям телевізійного каналу. Цікаве та емоційне висвітлення новин на веб-сторінках – шлях до успіху. Якщо ж друкувати газету чи журнал в Інтернеті, лишаючи зміст без змін (як в друкованій версії), то автоматично кількість клієнтів зменшиться, а, отже, скоротиться і прибуток.

Попри вади електронної журналістики Інтернет-видання мають широкі перспективи розвитку, особливо, якщо вони дотримуватимуться правил

класичної журналістики. Адже, маючи доступ до Інтернету без зайвих зусиль можна отримати найсвіжішу інформацію.

Новина в Інтернеті приваблює читача своєю оперативністю і простотою – адже це головне прагнення користувача Інтернету. Такі тенденції поширені і в телевізійних новинах. Тут головну інформацію глядач отримує через зображення. Але нині це зображення можна отримати і з Інтернету. На сайтах телеканалів, окрім короткої довідкової інформації про програми та ведучих легко можна переглянути і аудіовізуальну версію останніх новин чи свіжої телепрограми.

Висновки:

1. До власне новинної Інтернет журналістики зараховуємо самостійні електронні мас-медіа, Інтернет-версії друкованих та аудіовізуальних ЗМІ, аналогові версії цифрових каналів, що вирішили поширювати свій сигнал ще й через комп'ютерну систему.

Однак, до Інтернет видань не належать теле- і радіотрансляції, які без будь-яких змін і доповнень з'являються в Мережі.

2. Головною причиною, через які українські Інтернет-видання програють друкованим та аудіовізуальним ЗМІ є стереотип, що склався у суспільстві впродовж багатьох років : надрукованому слову, яке можна впродовж років зберігати на папері довіряють більше, аніж віртуальній версії. Також варто зважати, що в Україні лишається частина суспільства (переважно літні люди) , яка не володіє комп'ютером, а отже, лишається споживачем друкованих новин.

3. До переваг Інтернет-новин ми відносимо оперативність та своєчасність, чого не може бути в друкованих та аудіовізуальних ЗМІ. Адже, новина в Інтернеті, як правило, з'являється через кілька хвилин після того, як відбулася подія. До недоліків зараховуємо те, що в українському суспільстві споживачі інформації не довіряють новинам з Інтернету через велику присутність в мережі таблоїдної преси і неякісної інформації.

4. Щороку в Україні зростає кількість споживачів Інтернет-новин, а отже така журналістика має всі перспективи в м майбутньому стати популярнішою за новини на ТБ і радіо і блок новин в друкованих ЗМІ. Втім успіх Інтернет-журналістики залежить від уміння кореспондентів таких видань бути не лише оперативними, а й чесними, правдивими і точними при подачі інформації.

Перспективи подальших досліджень:

Зважаючи на те, що Інтернет журналістика стає дедалі популярнішою серед молоді і здійснює неабиякий вплив на формування громадської думки, в подальшому вона буде досліджуватися не лише науковцями журналістикознавцями, а й психологами, політологами, філософами. Можна спрогнозувати, що головним чином електронні видання та новини в них будуть досліджуватися в кількох напрямках. Зокрема, як це мас-медіа, які передбачають використання мережі Інтернет як професійного інструмента для завоювання аудиторії задля впливу на суспільну свідомість. Та мас-медіа, які прагнуть через новини в мережі Інтернет рекламувати власний продукт, послуги, товари.

1. *Акопов А.И.* Глобальное средство массовой информации // А. И. Акопов Мир медиа XXI. Новые информационные технологии. –2009. – № 1. – С.4 – 7.
2. *Акопов А.И.* Электронные сети как новый вид СМИ // А. И. Акопов, Филологический вестник РГУ. –2008. – № 3. – С.43 – 51.
3. *Волчинская Е.* Интернет и гласность // Е. Волчинская – М., 2009, 156 с.
4. *Моисеев Н.* № Человек і ноосфера». – М. Молодая гвардія , 19990. – С. 161.

CURRENT TRENDS AND FUTURE OF JOURNALISM NEWS TO INTERNET RESOURCES

Maryna Varych

*Kyiv National University of the Culture and Arts,
Schorsa Str., 36, Kyiv, 01133, Ukraine
e-mail: abiturient@knukim.edu.ua*

In the article study development of modern news in Internet. An author study the main failings and advantages of news in the Internet, forecasts subsequent development of this direction of MASS-MEDIA.

Key words: Internet, news, journalism, newspaper, magazine, TV.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РОЗВИТТЯ НОВОСТНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ В ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСАХ

Марина Варич

*Киевский национальный университет культуры и искусств,
ул. Щорса, 36, Киев, 01133, Украина
e-mail: abiturient@knukim.edu.ua*

Автор изучает тенденции развития современной новостийной журналистики в интернете. Рассматриваются перспективы развития новостийной журналистики в сворменных Интернет-изданиях.

Ключевые слова: Интернет, новости, журналистика, газета, журнал, ТВ.

Стаття надійшла до редколегії 23.12.12

Прийнята до друку 10.01.13