

УДК 007 : 304 : 004.9

ВПЛИВ МОНІТОРИНГОВОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ НА РОЗВИТОК НОВИНИХ ІНТЕРНЕТ-ВИДАНЬ

Ірина Марушкіна

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна
e-mail: journft@franko.lviv.ua*

Розкрито причини та наслідки зростання сегменту моніторингової новинної журналістики, простежено її впливи на структурні зміни в редакціях та характер праці журналістів на прикладі інтернет-видань Львова

Ключові слова: моніторинг, копіпаст, копірайт, рерайт.

Одна із центральних дискусій, що відбувається сьогодні у середовищі українських інтернат-журналістів, є з'ясування того, який підхід до творення новин є більш продуктивний: копіпаст чи копірайт.

Суть цієї дискусії викладена редактором інтернет-видання «Наші гроші» Олексієм Шалайським у лекції «Копіпейст крутіший, ніж ексклюзив». Насправді, Шалайський відстоює протилежну тезу, а саме - цінність ексклюзивної журналістики, в тому числі і новинної.

«Я точно знаю, що люди, які займаються класичним копіпейстом – не додаючи до новини додаткової вартості, а просто трохи змінивши заголовок, - вони можуть зробити так, що цей сайт трохи буде відомим, трохи заробити грошей, але не зможуть самі стати нормальними журналістами. Вони не отримують того, що мав би отримати журналіст. Гроші, славу. Копіпастери цього не вигрібають. ...Для журналістів-початківців копіпейст - це непогано. Але якщо журналіст не хоче самореалізовуватися, то він не журналіст. Людей-некопіпейстерів є відсотків 30, і тому всі вони дуже цінні. І їх справді можна назвати журналістами», - стверджує Шалайський [1].

При глибшому аналізі, постановка проблеми «копіпаст чи копірайт» видається спрощеною і навіть дещо некоректною з позицій журналістської етики, адже і справді складно назвати журналістом людину, котра виконує механічну функцію копіювання текстів. До того ж копіпаст, який здійснюється людиною, є економічно невігідний редакціям, адже його ідеально заміняє, наприклад, функція RSS-експорту, що здійснюється автоматично без витрачання на це зусиль людини. Отож в чистому вигляді він практично журналістами не використовується.

У той же час дискусія «копіпаст vs копірайт» відображає важливі тенденції в розвитку сучасної журналістики, передусім – урізноманітнення методів виготовлення новинних повідомлень, а також свідчить про розширення джерельної бази їх написання.

Якщо раніше ні в кого не виникало сумніву, що журналістська праця є неповторним творчим процесом, то сьогодні володіння журналістом-новинником методами інтерпретації, перед усім рерайта, стають достатньо поширеним інструментом в його роботі поряд з вмінням виготовлення ексклюзивних (авторських) новин.

Насправді глибинна суть цієї дискусії зводиться до того чи варто визнавати новинні продукти, створені за допомогою методів інтерпретації, результатом журналістської праці чи ні. А сама дискусія віддзеркалює важливі зміни в технології підготовки новин в роботі інтернет-видань і не лише. І саме про ці зміни хотілось би поговорити більш детально.

Причини появи напрямку моніторингової журналістики

Ще на початку 21 століття ні в кого не викликало сумніву в тому, що головним постачальником новин в редакції, в тому числі і інтернет-виданнях, є репортер.

Як то кажуть, «журналіста годують ноги». Репортер відвідує різні заходи, в тому числі й прес-конференції, він робить коментарі, він, у разі потреби, самостійно збирає інформацію в державних та інших структурах.

Сьогодні ж репортерська робота є лише одним із багатьох і далеко не головним способом отримання новинної ексклюзивної інформації, а в деяких редакціях новинних інтернет-видань, як от, наприклад, Кореспондент.нет (korrespondent.net), – репортерів взагалі немає. Джерелом написання новин у даному випадку служить інформація різноманітних інформаційних агентств, друкованих та інших видань. Журналісти Кореспондент.нет обробляють, аналізують та систематизують її, отримуючи на виході реально авторський інформаційний продукт.

Насправді в добу інформаційного суспільства не журналіст «бігає за новинами», а новини самі його шукають і приходять до нього.

Адже кожна поважна організація обов'язково має у своїй структурі прес- чи піар-службу, а в багатьох випадках - і перше, і друге одночасно. Вони не чекають поки до них прийдуть журналісти, а масово закидають своїми повідомленнями редакції, розміщують інформацію про діяльність на власних інформаційних ресурсах, проводять різноманітні заходи тощо. Бо добре усвідомлюють, що важливо не те, ким ти є насправді, а те, як тебе сприймають люди.

Сприяє цьому також державна політика, скерована на інформаційну відкритість та прозорість діяльності органів влади, впровадження системи інформування органів влади про свою діяльність через інформаційні технології, так зване е-урядування.

Ще один важливий момент, який пояснює те, що репортерство втрачає свою актуальність в роботі новинних редакцій, це - розвиток технічних засобів зв'язку.

Сьогодні не виходячи з офісу журналіст може спілкуватися з різними людьми навіть із закордону, приймати участь в скайп-конференціях,

переглянути важливі події чи прес-конференцію у відеоформаті чи прослухати їх аудіозапис, нарешті поспілкуватися з будь-ким у соціальних мережах.

Згадуваний вище Олекса Шалайський говорить: «Ексклюзивність – це не значить, що треба писати щодня якісь унікальні тексти. Є 5-7 типів ексклюзивності. Перший – контент. Другий – ексклюзивний підбір текстів. Зараз такий вал інформації, що читачі платять журналісту за те, щоб він зі ста новин вибрав для них правильні. А для цього треба мати мозок. Третій – коли копіейстнуті тексти отримують додаткову вартість... Є ексклюзивність у подачі матеріалів. Сайтів мільярди, і виграє той, хто подає новину зручніше» [1].

Виходить, робити новини, і справді, в більшості випадках можна виключно на базі МОНІТОРИНГУ різноманітних джерел інформації, які сьогодні є у розпорядженні журналіста і яких з кожним днем стає все більше, інтерпретуючи отриману інформацію, а отже створюючи авторські, ексклюзивні новини або ж - «нову додаткову вартість».

Моніторингова новинна журналістика займає все більший сегмент часу в роботі журналіста при підготовці новин, в той час як подієва (репортерська) журналістика якщо і не втрачає свою актуальність, то змінюється за своєю суттю.

Ця тенденція простежується не лише в роботі інтернет-ЗМІ. Так, на телебаченні часто буває достатньо відправити висвітлювати подію лише одного оператора, як то кажуть, «зняти картинку». Бо текст до неї у формі прес-релізу чи будь-якому іншому форматі «приходить» в редакцію сам і потребує лише переробки або ж інтерпретації.

Фантасти припускають, що в недалекому майбутньому на події будуть скеровуватися не репортери, а лише оператори на літаючих машинах, оснащених сучасними відеокамерами. Сюжети, які вони робитимуть, одразу ж транслюватимуться або виготовлятимуться вже у студійних умовах [3].

Можливо й так....

Існування та розвиток моніторингової новинної журналістики диктує нові виклики і, як свідчить досвід, журналісти до відповіді на них не завжди готові.

Ніша моніторингової новинної журналістики

Отож під моніторинговою новинною журналістикою слід розуміти авторську новинну журналістику, яка не передбачає обов'язкової участі журналіста у події, а базується на критичному аналізі бази інформаційних джерел, яка є в розпорядженні журналіста.

Іншими словами, моніторингова новинна журналістика не є подієвою (репортажною) журналістикою. Втім вона в жодному випадку не є і ніколи не буде тим, що зазвичай сьогодні називають «копіпастом» та «рерайтом».

Якщо залишатися в термінах дискурсу «копіпаст vs копірайт», то копіпаст – це діагноз для журналістів, які в умовах дуже насиченого інформаційного простору погодилися відігравати роль звичайних ретрансляторів чужих думок без критичного аналізу і переробки того, що вони ретранслюють.

Відомо, що навіть технічні вимоги пошукових систем в інтернеті вимагають, як мінімум, рерайта новинного джерела. Останнього дотримуються

більшість тих інтернет-видань, котрі позиціонують себе як новинні. І навіть в оголошеннях про пошук співробітників деякі з них зазначають таку посаду, як рерайтер.

Однак у цьому випадку виходить: перекажи новину своїми словами і ти вже не є копіпастер. Але рерайтер також не є й журналістом. Рерайт або іншими словами - переказування новин, зроблених іншими, будь-то піар- чи прес-служба, чи поважне інформаційне агентство, не може бути завданням моніторингової новинної журналістики.

Наслідком тотального масового рерайту в роботі новинних інтернет-видань стало те, що стрічки новин переповнені маніпулятивними повідомленнями, істинний зміст яких залишився незбагненим ні для рерайтера, ні для редактора, який цю новину включив у стрічку і просто ретранслював. Негативний вплив рерайту простежується також в тому, що більшість новинних інформаційних продуктів (стрічок новин) подібні один до одного як сіамські близнюки.

Ще один негативний наслідок рерайту: все частіше поважні інтернет-видання попадаються на так звані фейкові новини, адже у своїй роботі редакції не дотримуються головних критеріїв відбору новин: достовірність, повнота та оперативність, а керуються виключно читацьким попитом.

Рерайтерство не можна вважати моніторинговою новинною журналістикою, адже суттю є його є одна інтерпретація без жодного критичного аналізу чи систематизації. Іншими словами – рерайт не створює додаткової вартості.

Вплив моніторингової журналістики на роботу новинних редакцій

У структурі сучасних новинних інтернет-редакцій, як правило, сьогодні обов'язково є журналісти, які практично не відвідують жодних подій, а цілими днями просиджують біля моніторів комп'ютерів, здійснюючи аналіз різноманітних джерел інформації і на основі цього моніторингу вони шляхом аналізу й систематизації інформації виготовляють ексклюзивні (авторські) новини.

При цьому новини, які вони продукують, не є ні копіпастом, ні рерайтером, про котрі йшла мова вище. У роботі цих офісних журналістів-новинарів саме аналітична складова є домінантною. Адже, як ми вже зазначили, навіть повідомлення іншого інформаційного агентства може слугувати джерелом для написання власної, ексклюзивної новини.

Однак, щоб вона з'явилася, необхідно виконати не лише аналітичну роботу, але й повний цикл методичних процедур, пов'язаних із творення новини як жанру: пошук в базах, підготовка коментарів, написання унікального тексту, творення беку та ін.

Саме ці журналісти сьогодні, поряд з репортерами, є справжніми копірайтерами в новинній журналістиці, тобто готують ексклюзивні (авторські) новини, хоч, як правило, їхні прізвища лишаються невідомі загалом.

Як це не парадоксально, попри те, що моніторингова журналістика вже давно стала важливою складовою новинною інтернет-журналістики, до сьогодні не існує офіційного визначення ні цьому напрямку, ні посаді, яку займають ці журналісти.

Не виключено, що так відбувається тому, що зміни, про які йшлося в цій статті, носять більш глобальний характер для всієї сучасної журналістики.

Моніторингова журналістика в роботі інтернет-видань Львова

Робота журналістів в інтернет-виданнях Львова якісно змінилася за останні п'ять років. Якщо на початках, новинні інтернет-проекти, які створювалися у Львові, були цілком орієнтовані на збір ексклюзивної подієвої інформації, а відтак в їхніх редакціях серед журналістів більшість була репортерів, то сьогодні ситуація кардинально міняється – в редакціях більшість сьогодні складають ті журналісти, кого зазвичай сьогодні поки що називають випусковими редакторами або рерайтерами.

Інформація, яку нам вдалося отримати з розмов з редакторів ряду інтернет-видань Львова, лише підтверджує викладену вище тенденцію до збільшення об'єму умовно кажучи «офісної» роботи в роботі журналістів.

Так, наприклад, інтернет-проект «Наші гроші.Львів» (lviv.nashigroshi.org) повністю зорієнтований на журналістські розслідування, які, по-суті, є різновидом моніторингової журналістики. В проекті працює двоє журналістів, для яких основним джерелом інформації написання новин і статей є данні «Віснику державних закупівель», рішення судів, розпорядження органів державної влади та ін.

У штаті інтернет-видання «Варіанти» (varianty.net) є 6 журналістів, з яких лише 1 – виключно виконує обов'язки репортера і ще один журналіст займається рерайтом. Інші журналісти, окрім написання статей, також залучаються до виготовлення новин на базі моніторингу різноманітних джерел інформації, дотичних до їх головної спеціалізації, а також рерайту.

Інтернет-видання Захід.нет (zaxid.net) має в штаті 4 редакторів, які працюють над обробкою інформації, що надходить в редакцію в електронному вигляді, і тільки лише двох репортерів.

Лише інтернет-видання ЗІК (zik.ua) зберігає значну кількість репортерів в своєму штаті – 5 у Львові і ще приблизно стільки ж - кореспонденти в районах Львівської області. Але разом з тим, як нам вдалося з'ясувати, в цьому виданні немає чіткого розмежування повноважень журналістів. Отож репортер, насправді, може займатися також і рерайтом, і моніторинговою журналістикою.

Така ситуація наочно відображається в характері новин, котрі продукуються новинними інтернет-виданнями.

Для прикладу, ми проаналізували інформаційні стрічки цих видань за одну добу – 15 лютого 2013 року, п'ятниця. При цьому, у випадку Захід.нет і ЗІКу аналізувалася стрічка регіональних львівських новин, які за змістом, географією, а також за цільовою аудиторією, є аналогічною до інформаційного новинного продукту інтернет-видань «Наші гроші.Львів» і «Варіанти».

	Загальна кількість новин	ексклюзивні новини		інтерпретаційні новини	
		Подієві	моніторингові	рерайт	копіпаст
Наші гроші. Львів	3	0	2	1	0
Варіанти	43	3	13	27	0
ЗІК	37	5	8	24	0
Захід. нет	27	4	16	7	0

До ексклюзивних подієвих новин нами зараховувалися новини, зроблені репортерами цих видань з подій, котрі цього дня відбулися у Львові.

До моніторингових новин потрапили ексклюзивні новини, зроблені на базі аналізу електронних та друкованих джерел, ексклюзивні коментарі, а також новини, зроблені на базі прес-релізів з обов'язковим ексклюзивним бек-граундом.

До рерайту ми зараховували перероблені (інтерпретовані) редакціями прес-релізі та інші повідомлення інформаційного характеру, які проте не містять ексклюзивної інформації у формі довідки (бек-граунду) про передісторію цієї новини.

Проведений аналіз підтверджує тенденцію до збільшення інформаційного продукту, виготовленого способом рерайту та на базі моніторингу в більшості редакцій новинних інтернет-видань.

Разом з тим видання, що продукують загалом меншу кількість новин, але при цьому кількість ексклюзивних новин в їх стрічках є на рівні більш продуктивних видань, є не менш впливовими і відомими в порівнянні з останніми.

Копіпаст (copypaste, англ.) — функція комп'ютерних редакторів, яка дозволяє перенести фрагмент тексту (зображення, звуку) в інше місце.

Копірайт (copyright, англ.) – захист авторського права. В даному випадку вживається у сенсі авторська, ексклюзивна інформація

Рерайт - переказ чужого тексту своїми словами з точним збереженням змісту оригіналу

1. Олексій Шалайський: Копіпейст крутіший, ніж ексклюзив. 23. 11. 2011 [http://texty.org.ua/pg/article/newsmaker/read/33816/Oleksij_Shalajskij_kopipejst_kr_utishyj_nizh_jekskluzyv?a_srt=&a_offset=0].

2. Олексій Шалайський: Копіпейст крутіший, ніж ексклюзив 23.11.2011 [http://texty.org.ua/pg/article/newsmaker/read/33816/Oleksij_Shalajskij_kopipejst_kr_utishyj_nizh_jekskluzyv?a_srt=&a_offset=0].

3. Пелевин Виктор. [S.N.U.F.F.](#) – М. , 2012. Изд-во ЭКСМО. - Ч. 1. DAMSEL IN DISTRESS.

THE INFLUENCE OF NEWS MONITORING ON ON-LINE NEWS JOURNALISM DEVELOPMENT

Iryna Marushkina

*Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky str. 49, 79044, Lviv, Ukraine
e-mail: journft@franko.lviv.ua*

The article shows reasons and consequences of growth in the segment of news monitoring journalism, reveals influences on structural changes in news websites editorial boards and character of journalists' work on the example of news websites located in Lviv, Ukraine.

Keywords: monitoring, copypaste, copyright, re-write.

ВЛИЯНИЕ МОНИТОРИНГОВОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ НА РАЗВИТИЕ НОВОСТНЫХ ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЙ

Ирина Марушкина

*Львовский национальный университет имени Ивана Франко,
ул. Генерала Чупринки, 49, 79000, г. Львов, Украина
e-mail: journft@franko.lviv.ua*

Раскрыты причины и последствия роста сегмента мониторинговой новостной журналистики, прослеживается ее влияние на структурные изменения в редакциях и характер труда журналистов на примере интернет-изданий Львова

Ключевые слова: мониторинг, копипаст, копирайт, рерайт.

*Стаття надійшла до редколегії 23.12.12
Прийнята до друку 10.01.13*