

**Вінтонів Х. М.,**  
*кандидат історичних наук,  
доцент кафедри соціальних комунікацій та права,  
Івано-Франківський національний технічний  
університет нафти і газу*

*м. Івано-Франківськ*

**Пахомов В. М.,**  
*кандидат філологічних наук,  
доцент кафедри соціальних комунікацій та права,  
Івано-Франківський національний технічний  
університет нафти і газу*

**Тринчук В. Б.,**  
*студентка 3-го курсу  
інституту гуманітарної підготовки та державного управління  
Івано-Франківський національний технічний  
університет нафти і газу*

**Яремко М. В.,**  
*студентка 3-го курсу  
інституту гуманітарної підготовки та державного управління  
Івано-Франківський національний технічний  
університет нафти і газу*

## **ІНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛІСТИКА: СУЧАСНИЙ СТАН**

Україна, як і весь світ, поступово переходить в епоху, де інформаційна галузь стає визначальною у функціонуванні найважливіших сфер життя суспільства. Активізація інформаційних потреб на певному етапі розвитку людства стала основою появи нового виду діяльності – інформаційної, компонентом якої є засоби масової комунікації (далі – ЗМК). Отже, історично поява засобів масової інформації (далі – ЗМІ) зумовлена необхідністю задоволення інформаційних потреб суспільства.

Журналістика в Україні сьогодні переживає перехідний період не лише тому, що країна прямує до демократії та ринкової економіки, але й у зв'язку з глобальними змінами в мас-медіа. Виникнення Інтернету стало чи не найважливішою подією у світі за останні 20 років. Оскільки Інтернет має цілий ряд специфічних комунікаційних та інформаційних особливостей, поступово зародився новий вид ЗМІ – мережеві ЗМІ: інтернет-преса, інтернет-телебачення, інтернет-радіо [7, с. 128-129].

Інтернет-журналістика – різновид журналістики, що передбачає поширення журналістських матеріалів через мережу Інтернет [8, с. 15-17]. Близькими до Інтернет-журналістики є поняття «мережева журналістика», «веб-журналістика», «онлайн-журналістика». У вузькому значенні Інтернет-журналістика – матеріали, що публікуються в онлайн-ЗМІ, тобто у мережеских версіях традиційних ЗМІ, або в самостійних онлайн-видавництвах. У широкому значенні до Інтернет-журналістики можуть відносити також блоги, соціальні медіа та інші ЗМК, що використовуються в Інтернеті. Для їх позначення іноземні фахівці використовують термін «соціальні медіа». З одного боку, Інтернет-журналістика диференціювалась як четвертий вид ЗМІ, а з іншого, саме онлайн-видавництва поєднали в собі риси всіх інших різновидів медіа [4].

Одними з перших ЗМІ в Україні, які почали працювати в онлайн-режимі, стали саме друковані, в першу чергу, газети. А з часом окремі з них взагалі перестали існувати у своєму традиційному вигляді, та утворили Інтернет-версії. Однак найпоширенішою та найактуальнішою нині є така тенденція: газети видрукують певний тираж, але при цьому водночас розміщують зразок часопису на своєму сайті. Серед таких українських періодичних видань, можна назвати газети «Дзеркало тижня», «День», «Сьогодні», «Газета по-українськи», журнали «СНІР», «ПіК». Публікація періодики в режимі онлайн має чимало переваг, а саме:

- *Швидко та часте оновлення інформації по мірі її надходження.* Інтернет-газети мають змогу оновлювати сторінки миттєво, по мірі надходження інформації.

- *Залучення читачів до співпраці.* Опублікувати свої матеріали в онлайн-версіях ЗМІ та електронних версіях офлайн-періодики можуть не лише працівники редакції, а й зацікавлені читачі.

- *Републікація матеріалів (передруки з інших ЗМІ).* Завдяки цьому Інтернет-видавництва стають більш інформаційно насиченими, висвітлюють

ширший діапазон подій, подаючи різні, часто діаметрально протилежні точки зору, наявність форумів та гостьових книг.

- *Проведення опитувань.* ЗМІ, які мають Інтернет-сторінки, за допомогою анкет оперативно можуть обговорити з читачами ту чи іншу проблему, провести міні-соціопитування.

- *Легкий доступ до архівних матеріалів.* У електронній періодиці в мережевих архівах за допомогою одного кліку мишки можна відкрити номер будь-якої давності й відшукати у ньому потрібний матеріал.

- *Використання «закладок».* Читач, знайшовши потрібну йому інформацію у мережевих ЗМІ, має змогу додати її до своїх персональних «закладок» і в будь-який зручний час повернутися до прочитання матеріалу.

- *Можливість робити тематичні добірки інформації.* Деякі видання ведуть такі добірки, а у деяких є спеціальні пошукові служби в архіві видання.

- *Оперативність.* У мережі швидко можна знайти необхідну інформацію будь-якої давності з різноманітних джерел.

- *Наявність систем пошуку.* За допомогою спеціальних електронних пошукових систем в онлайн-ЗМІ можна відшукати будь-який матеріал, знаючи лише уривок із заголовка, цитату з матеріалу чи прізвище автора.

- *Персональний підхід.* Завдяки опитуванням Інтернет-ЗМІ мають змогу дізнаватись про думки та побажання читачів та оперативно реагувати на них.

- *Економічність.* Сьогодні значно дешевше читати пресу в мережі, аніж купувати друковані примірники.

- *Зворотний зв'язок.* Інтерактивність Інтернету дає змогу зробити зворотний зв'язок з читачами максимально швидким і зручним. Читаючи матеріал в Інтернеті, будь-хто може відреагувати на нього, написавши електронного листа на адресу редакції.

- *Гіпертекстуальність* – наявність гіперпосилань.

Таким чином, читачі легко можуть знаходити різноманітну інформацію на тему, яка їх зацікавила. Інтернет-версії газет мають чимало переваг порівняно з друкованими ЗМІ, у яких:

- частина тиражу залишається не розкупленою; необхідно використовувати службу доставки;
- доставка за межі країни істотно обмежена;
- важко робити тематичні добірки інформації з підшивки;
- незручно збирати підшивки газет і журналів;
- вкрай утруднений пошук необхідної статті в підшивці;
- важко використовувати знайдені матеріали для часткового відтворення;
- помилки, допущені при друці, неможливо виправити; необхідний друк накладу [6, с. 89-91].

Однак суттєвою різницею між онлайн-ЗМІ та їхніми офлайн-аналогами є те, у якому режимі їхня аудиторія користується інформацією. Дослідження показали, що інтернет-ЗМІ фактично не використовують функцію «прочитати пізніше». Поодинокі випадки її використання лише підтверджують той факт, що інформація в Інтернеті споживається в режимі реального часу. Для сприймання інформації в реальному режимі більш пристосовані офлайн-медіа [5].

Окрім того, читання Інтернет-версій газет передбачає наявність комп'ютера, підключення до мережі та уміння користуватися ПК, що нині є доступним не кожному. Проте це аж ніяк не зменшує кількість переваг електронних ЗМІ. Нині без зайвих зусиль безплатно і дуже швидко можна отримати найважливішу інформацію [10, с. 51-53]. Саме тому майбутнє ЗМІ за онлайн-журналістикою.

Отже, інтернет-журналістика значно скоротила відстань між ЗМІ та читачами. Аудиторія отримала можливість не тільки читати, але й оцінювати, коментувати, вказувати на помилки, пропонувати нові ідеї, навіть

самостійно створювати контент. Стає очевидним, що активна взаємодія з читачами все більше впливає на популярність та конкурентоспроможність медіа. Донедавна Інтернет не розглядався як загальнодоступний ЗМІ, подібно до традиційних радіо, телебачення чи друкованих ЗМІ. Проте нині Інтернет-журналістика стала ваговою складовою інформаційної індустрії в Україні, а Інтернет-ЗМІ для українських користувачів – впливовим джерелом інформації.

#### Список використаних джерел:

1. Артамонова І. Системні характеристики онлайн-ових та офлайн-ових ЗМІ / І. Артамонова // «Вісник СумДУ. Серія «Філологія»». – 2008. – № 1. – С. 182.
2. Давыдов И. Массмедиа Рунета / Давыдов И. // Основные тенденции развития и анализ текущей ситуации. – 2010. – № 11-12. – С. 19-20.
3. Данилюк А. Інтернет як засіб інтеграції традиційних ЗМІ в Україні [Електронний ресурс] / А. Данилюк. – Режим доступу : [media-journal.franko.lviv.ua](http://media-journal.franko.lviv.ua).
4. Електронна бібліотека Інституту журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://journalib.univ.kiev.ua>.
5. Іванов В. Ф. Короткий огляд ситуації в українському медіа-полі [Електронний ресурс] / В. Ф. Іванов // Академія української преси. – Режим доступу : <http://www.aup.com.ua/upload/1134038407strid.pdf>.
6. Куляс І. Ефективне виробництво теленовін : стандарти інформаційного мовлення; професійна етика журналіста-інформативника / І. Куляс, О. Макаренко // Практичний посібник для журналістів. – К. : ХББ, 2006. – 120 с.
7. Крейг Р. Інтернет-журналістика : робота журналіста та редактора у новинах ЗМІ / Річард Крейг // пер. з англ. А. Іщенко. – К. : Києво-Могилянська академія. – 2007. – 324 с.
8. Машкова С. Г. Інтернет-журналістика : учебное пособие / С. Г. Машкова. – Тамбов : Изд-во тамб. гос. техн. ун-та. – 2006. – 80 с.
9. Чабаненко М. В. До питання якості вітчизняних Інтернет-видань [Електронний ресурс] / М. В. Чабаненко. – Режим доступу : [http://www.franko.lviv.ua/mediaeco/merег\\_zmi/chabananenko.htm](http://www.franko.lviv.ua/mediaeco/merег_zmi/chabananenko.htm).
10. Чабаненко М. В. Інтернет-ЗМІ як складова частина системи засобів масової інформації України : монографія / М. В. Чабаненко. – Запоріжжя : ЗНУ. – 2011. – 183 с.
11. Сова Ю. Майбутнє інтернет-журналістики на Україні [Електронний ресурс] / Ю. Сова. – Режим доступу : <http://h.ua/story/86743>.