

## Метод і когнітивні завдання «журналістики скріншота»

У статті розглядається явище так званої «журналістики скріншота» в сучасних інтернет-виданнях. Проаналізовано жанровий спектр інтернет-публікацій, які супроводжуються скріншотами; виявлено, що це переважно замітки, іноді інформаційні огляди та онлайн-репортажі. Встановлено, що для таких матеріалів характерне використання тексту і знімків екрану, деколи вони бувають мультимедійними, містячи фото, відео та інші формати. Стверджується, що «журналістика скріншота» є по суті двома новітніми прийомами збору та відображення дійсності. Разом вони становлять єдиний метод, своєрідність якого обумовлена феноменом злиття двох різних джерел – людини та предметно-речового середовища. З'ясовано, що для цього методу характерні спрощені когнітивні завдання, надання переваги оперативності інформування на шкоду ретельній перевірці фактів. Один із висновків дослідження: поширення «журналістики скріншота» відповідає загальним тенденціям у медіасфері, зокрема будучи наслідком конкуренції інтернет-видань із соцмережами.

**Ключові слова:** інтернет, мережева журналістика, скріншоти.

**Вступ.** Враховуючи всі неймовірні технічні перетворення у медіа-сфері на зламі ХХ–ХХІ ст., неможливо не погодитись із О. Вартаковою, яка впевнено констатувала: «Журналістика – який би смисл ми не вкладали в цей термін – уже ніколи не буде колишньою. Її розвиток / еволюція / зміна не викликає сумнівів» [1]. Зрозуміло, що йдеться про багатогранний процес – безліч аспектів, серед яких окреме місце посідає трансформація методів і прийомів журналістської діяльності внаслідок оволодіння новітніми технологіями. Опис оновлення методологічного підґрунтя професії в результаті користування комп'ютерними пристроями і глобальними комунікаційними мережами є постійно актуальним напрямом фахових наукових досліджень.

Іноді вплив інтернету розглядають під кутом зору певної примітивізації. Коментуючи популярність практики виготовлення власних повідомлень із чужих матеріалів, О. Щур відзначала: «Більшу частину сучасних інтернет-редакцій складають так звані «редактори». Їхнім завданням є повсякчас моніторити новинні сайти, проглядати пошту і відстежувати (на їхній погляд) найцікавіші події. Їхня робота обмежується лише відбором інформації, мінімальним редагуванням тексту і заголовка (та й то з однією метою – щоб Google проіндексував це як нову новину)» [2]. Згодом виявилось, що відбувається розвиток моніторингової журналістики, потреба в якій в умовах інформаційного перевантаження є очевидною. Те, що спочатку нагадує деградацію, насправді може свідчити про прямо протилежний рух – появу нових горизонтів майстерності, які насправді вимагають кваліфікованої роботи, відповідного набору специфічних знань і умінь.

Сьогодні спостерігаємо ще одне цікаве явище. За словами В. Пулі, 2013 р. знаменний

виникненням «журналістики скріншота». Ідеться про створення повідомлень на основі інформації, здобутої в соцмережах, блогах, коментарях, навіть у електронній пошті та зафіксованої за допомогою скріншотів – знімків монітора комп'ютера [3]. Зрозуміло, що цей тренд виник раніше, але був не настільки чітким, щоб про нього заговорили.

Саме про роль соцмереж у формуванні нового обличчя журналістики дослідники висловлювались неодноразово, зокрема О. Градюшко підкреслював, що «повідомлення у блогах і соціальних мережах становлять сировину для інтернет-видань та інформаційних агентств» [4, с. 106]. На цьому питанні зупинялись М. Лукіна, Є. Панченко, І. Фомічова та інші автори. В одній із нещодавніх своїх статей ми визначали частку інтернет-повідомлень, які висвітлюють інформаційні зрушення, що відбулись безпосередньо в мережі (стабільно становили понад 1 % новин щоденно) [5]. Попри існування подібних наукових розвідок, практика застосування скріншотів у медіаповідомленнях досі належним чином не вивчалась.

**Мета** представленої дослідження – з'ясувати характерні риси «журналістики скріншота» в інтернет-ЗМІ. **Завдання:** проаналізувати жанровий і мультимедійний спектр публікацій, проілюстрованих скріншотами; з'ясувати місце «журналістики скріншота» в загальноприйнятій системі методів і прийомів журналістики, зокрема розглянувши її через призму гносеологічної функції ЗМІ; виявити в «журналістиці скріншота» ознаки загальних тенденцій розвитку медіасфери.

**Методи дослідження.** Застосовувались методи вільної вибірки, спостереження, аналізу, порівняння і синтезу.

**Результати й обговорення.** Протягом усього періоду Європейської революції (Революції



гідності) та ескалації російсько-українського збройного конфлікту, коли суспільство уважніше, ніж будь-коли, стежило за подіями в Україні та світі, ЗМІ буквально рясніли численними повідомленнями, які ґрунтувались на «гарячій» інформації із соціальних мереж і блогів. «Facebook», «Twitter», «ВКонтакте» цитували і продовжують цитувати навіть телеканали, але найбільше подібних матеріалів подають, звичайно, інтернет-видання. Тож перегляд сайтів провідних інтернет-видань лише за лютий–травень 2014 р. допоміг виявити безліч яскравих прикладів «журналістики скріншота». Загалом було проаналізовано близько двох сотень інтернет-повідомлень.

Одразу необхідно підкреслити, що головним пріоритетом при підготовці таких матеріалів, вочевидь, слугує оперативність: журналісти квапляться донести до широкої аудиторії значущі, на їхню думку, відомості, навіть коли немає достатніх доказів їх достовірності. За інформаційний привід беруть оприлюднення у павутині тих чи тих фактів, а питання, вірити чи ні, у багатьох випадках залишають відкритим. Такі повідомлення можуть містити попередження про те, що інформація поки що не була підтверджена офіційно. Один із прикладів – матеріал «Янукович пропав і оголошений у розшук»: цю новину повідомили через «Facebook» (білоруське інтернет-видання «Щоденник», ej.by, 24.02.14 р.), в якій журналісти посилались на заяву уповноваженого у справах МВС України А. Авакова.

Цікаво, що в коментарях під такими повідомленнями часто розгортаються жваві суперечки щодо їх правдивості, люди починають проводити самостійні пошуки додаткових аргументів. А журналісти продовжують працювати над уточненням інформації, в результаті з'являються заголовки новин, наприкінці яких зазначено в дужках «оновлено».

Якщо інформація в таких новинах скандальна, задокументовані за допомогою скріншотів повідомлення в соціальних мережах можуть зникати, знищені їх авторами. Буває, що повністю закривають обліковий запис. Для прикладу можна навести публікацію «Людмила Янукович дорвалась до Фейсбуку і ганьбить тепер чоловіка через Інтернет» (UAINFO «Вся правда із блогосфери», uainfo.org, 16.02.14 р.). Інший подібний матеріал на цю ж тему – «Людмила Янукович у Фейсбуці лається матом» («Преса України», uapress.info, 17.02.14 р.). Тексти містили лише констатацію деяких висловлювань і здогад про те, що вони насправді належали не самій відомій особі, а найнятій помічниці. Після того, як скандальна інформація набула розголосу, сторінка Л. Янукович на сайті «Facebook» була закрита.

В умовах, коли поруч із українськими новинами сумнівної точності наша аудиторія отри-

мує ще й цілу зливу ворожої пропаганди, у відповідь на постійну потребу в перевірці фактів в Україні виник спеціальний інтернет-проект «StopFake» (Stopfake.org). Сайт був запущений 2 березня 2014 р. за ініціативою Могилянської школи журналістики і програми для журналістів і редакторів «Digital Future of Journalism». На ньому не лише регулярно спростовують неправдиві відомості, а й пояснюють, як розпізнавати фейк. Станом на 23.06.14 р. на «StopFake» із 250 повідомлень, розміщених під рубрикою «Новини», 132 публікації супроводжувались скріншотами. Однак приблизно в половині випадків це були знімки веб-сторінок не соцмереж і блогів, а інтернет-видань, насамперед російських професійних ЗМІ. У деяких публікаціях застосовувалась комбінація скріншотів різного походження, нерідко у поєднанні з відео.

Повертаючись до звичайних інтернет-видань, зазначимо, що за допомогою скріншотів і вони долучаються до справи викриття фейків. Приміром, 23.06.14 р. сайт газети «Дзеркало тижня» подавав матеріал під назвою «Російські ЗМІ придумали українську військову частину, що нібито відмовилася воювати з сепаратистами», проілюстрований комп'ютерним знімком відповідної веб-сторінки сайту російського інформагентства «ИТАР ТАСС».

Схоже, що найбільш типовими для «журналістики скріншотів» є новинні повідомлення, які лише переповідають зміст інших веб-сторінок у формі короткої або розширеної замітки. Один із численних прикладів – матеріал «Оприлюднено список кандидатів на посади міністрів від Майдану» (сайт телеканалу «ТВи», tvi.ua, 25.02.14 р.), що передавав інформацію зі сторінки у «Facebook» громадського активіста І. Луценка та мимохідь нагадував про заплановане народне віче. Інший приклад – публікація «Немцов озвучив причину зміни настрою Путіна» («ДеПо», dero.ua, 7.05.14 р.).

Незважаючи на свою позірну інформаційну бідність, короткі повідомлення, проілюстровані скріншотами із соцмереж, здатні серйозно схвилювати громадськість, називаючи факти, що різко змінюють інформаційну картину світу в очах аудиторії. До таких повідомлень із проаналізованих на час дослідження ми зарахували матеріали «Придурок, який поставив прапор РФ на Харківську ОДА, – з Москви» («Головне», glavnoe.ua, 01.03.14 р.), «Блогери знайшли у «ВКонтакте» одного з російських спецназівців» («Еспресо TV», espreso.tv, 02.03.14 р.), «В Росії створюють групи провокаторів для відправки в Україну» («ЦЕНЗОР.НЕТ», sensor.net.ua, 02.03.14 р.), «У Криму дають голосувати і громадянам Росії» («Українська правда», pravda.com.ua, 16.03.14 р.).

Крім банальних заміток, «журналістика скріншота» пропонує й складніші жанри. Приміром, матеріал «Страшилки про Май-



дан» («Оглядач», obozrevatel.com, 24.02.14 р.) не стільки оприлюднював свіжі факти, скільки пропонував осмислення вже добре відомого. У ньому журналістка Л. Рагуцька збрала всі домисли, які побутували наприкінці лютого навколо актуальних на той час політичних подій. Ілюстраціями послуговували фото, малюнки і скріншоти з інтернету. В іншому своєму матеріалі «Від смутку до... злочи. Зірки та літератори про Євромайдан» («Оглядач», obozrevatel.com, 25.02.14 р.) вона представила думки зарубіжних зірок про події в Україні, показавши «мотиватор» «Молимося за Україну!», опублікований актрисою М. Куніс в «Instagram», скріншоти з висловлюваннями в соцмережах президента «Comedy club» П. Волі, композитора К. Меладзе, співака С. Лазарева, артиста М. Задорнова та інших публічних осіб. Ці два матеріали помітно вирізнялись серед інших своїм оглядовим характером, у них знаходимо порівняння здобутих фактів та їх систематизацію.

Ще оригінальнішим виявився «онлайн-репортаж» «Вторгнення Росії в Україну, 1 березня» («Гордон», gordonua.com, 01.03.14 р.), побудований за принципом живого блогінгу. Його текст складався з окремих фрагментів, що в хронологічному порядку окреслювали перебіг подій у день фактично розпочатого воєнного вторгнення російських військ на територію України. Вони становили поєднання різноманітних інтернет-повідомлень, зокрема відеозапису звернення С. Вакарчука на «Youtube», фото зі сторінок звичайних користувачів соцмереж, висловлювань відомих журналістів, письменників, політичних діячів, скріншота із заборонаю Роскомнагляду сторінок про Євромайдан у соцмережі «ВКонтакте» тощо.

Останній матеріал значно відрізняється від репортажу в класичному розумінні: на перший погляд, він зовсім не викликає властивого для цього жанру відчуття присутності на події, та й подія згадувалась у ньому не одна, він нагадує хроніку подій. Втім дещо і справді споріднює його з традиційним репортажем: матеріал розрахований на жваве сприйняття, дає змогу простежувати розвиток подій, даючи відчуття віртуальної присутності в самій гущавині різноманітних новин, які одна за одною домальовують збірний образ ситуації. Це переживання в користувача виникає завдяки тому, що журналіст моніторить новини про взаємопов'язані події і викладає кожну крихту важливої інформації на сайт одразу ж після її отримання.

Коментуючи появу онлайн-репортажів, уже згаданий нами білоруський дослідник О. Градюшко писав: «Можливість швидкої публікації, а також її частого оновлення наповнила цей класичний жанр новим смислом. <...> Інтернет трансформувалася жанр і додав йому нову форму. Зараз репортаж може сполучати в собі не тільки текст, але й численні фото, відео,

аудіо, інфографіки тощо» [6, с. 139]. Як ми переконалися, трансформація обумовлена не лише блискавичністю опублікування та мультимедійністю: віртуалізуючи наше життя, інтернет вносить невідомі психологічні зміни у саме розуміння поняття присутності на подіях.

Отже, «журналістика скріншота», з одного боку, – це прийом збору даних, з другого – прийом відображення дійсності. Таким чином, напевно, можна говорити про *метод «журналістики скріншота»*. Окремим жанром, на нашу думку, її називати не варто. Зате цікаво подивитися на неї через призму гносеологічної функції ЗМІ, адже йдеться про новий спосіб передачі знань. Пізнавальна роль журналістики – один із давно освоєних напрямів досліджень, її у своїх працях розглядали В. Здоровега, І. Михайлин, П. Копнін, С. Корконосенко, Г. Лазутіна, Є. Прохоров, О. Тертичний, В. Ученкова та інші.

Вважається, що працюючи над інформаційним продуктом для своєї аудиторії, журналіст переходить від предметно-почуттєвого споглядання дійсності до досягнення окремих її фрагментів та встановлення логічних зв'язків між ними, які в подальшому знаходять відображення в матеріалі. «Джерелом інформації для журналіста виступає фрагмент реальності, контакт із яким поповнює свідомість кореспондента новими даними про цю реальність» [7, с. 69]. Але якщо раніше при класифікації джерел було прийнято чітко виділяти, з одного боку, «центральну ланку інформаційного середовища» – людину, яка слугує головним носієм інформації про світ і транслятором інформації, отриманої від інших, а з другого, – документи та предметно-речове середовище як другорядне джерело, то реалії сьогодення змушують об'єднувати перше з другим. Звертаючись до соцмереж і персональних блогів, журналіст отримує доступ до інформації ніби «з перших рук» – від самої людини, але не зовсім безпосередньо, а в опрідметненій завдяки інтернету формі. Скріншоти щонайкраще демонструють це опрідметнення.

Здобування відомостей завжди було пов'язане з потребою заводити знайомства, активним міжособистісним спілкуванням із багатьма людьми, при цьому «уміння здобувати первинні, «живі» відомості слугує одним із основних показників високого професіоналізму журналіста» [7, с. 68]. Сьогодні людина зливається з технікою, а отже, з предметно-речовим середовищем (мабуть, наближаючись до «точки сингулярності», за відомим припущенням американського футуролога Р. Курцвейла). В межах інтернету спостереження за довкіллям, бесіда, опрацювання документів перетворюються на спостереження за інформаційним простором вебу, онлайн-бесіду (інтерактивне спілкування) й опрацювання вмісту веб-сторінок.





Окреслення методу «журналістики скріншота» слід починати з такого обов'язкового складника, як пошук дописів від певних людей. Це можуть бути публічні особи, знайомі або ж і зовсім не знайомі журналістові звичайні інтернет-користувачі. Прикладом останнього варіанта, напевно, може слугувати матеріал під назвою «Прощай, Росіє. Інтернет про підписання асоціації України та ЄС» («Корреспондент.net», [ua.korrespondent.net](http://ua.korrespondent.net), 27.06.14 р.), в якому опубліковано 24 скріншоти дописів із «Twitter».

Коли цікавий допис знайдений, знімок зроблений, наступним кроком здебільшого стає негайне оприлюднення інформації, рідше її ненадовго відкладають, поки не з'являться додаткові факти. В усіх проаналізованих нами випадках матеріали належали до новин, до інформаційної групи жанрів. Теоретично можна уявити собі публікацію аналітичного або художньо-публіцистичного спрямування, проілюстровану скріншотом, але очевидно, що це був би виняток. Тобто «журналістика скріншота» – це насамперед новинна журналістика, яка, за Г. Лазутіною, використовує найпростіший варіант пізнавальної діяльності.

У теорії і практиці професії «склались певні форми пізнання і певні його процедури, що допомагають будувати роботу раціонально й отримувати якомога надійніший результат» [7, с. 65]. Коли предметом пізнання виступає новина, все, що потрібно журналістові, – це встановити факти, які змінили поточний інформаційний стан у суспільстві, відповівши хоча б на три запитання: «Що відбулося?», «Де відбулося?», «Коли відбулося?», і викласти їх у максимально лаконічному і зрозумілому для аудиторії вигляді. Когнітивні завдання «журналістики скріншота» порівняно з традиційною ще простіші. Відповіді на запитання «Що?» і «Де?» передбачають констатацію певного важливого інформаційного зрушення в мережі (насамперед у сегменті інтенсивного інтерактивного спілкування). Коло інформаційних приводів звужене, виклад матеріалу стандартний – коротке пояснення і картинка-доказ.

Поява «журналістики скріншота», вочевидь, лише один із наслідків того, що інтернет-видання прагнуть пристосовуватись до жорстких умов сучасного медіаринку (конкуренція на якому, природно, зростає в періоди гострого соціально-політичного напруження), зокрема, і за рахунок співробітництва та навіть часткової інтеграції з блогосферою і соцмережами. ЗМІ заводять облікові записи в соціальних мережах; деякі інтернет-видання практикують інформери соцмереж і блогів, що автоматично відображають свіжі дописи інтернет-користувачів звідти (за таким принципом влаштована рубрика «Твіттер НОВИНИ у реальному часі» на сайті «Радіо Свобода» – [radiosvoboda.org](http://radiosvoboda.org)). Трапляються інтернет-ви-

дання, які повністю готують свій контент таким або подібним чином (UAINFO «Вся правда із блогосфери», [uainfo.org](http://uainfo.org)).

Необхідно зазначити, що спрощеність заради швидкості притаманна не лише «журналістиці скріншота», що добре видно вже з наведених вище прикладів. Особливо за останні кілька місяців в українському інтернеті стали популярними так звані «стріми» – тривала трансляція відео наживо. У такий спосіб журналісти-стрімери передають на широку публіку абсолютно сирі відеоповідомлення, якщо гострота подій не залишає часу на опрацювання, а крім того, існує ризик підробки інформації ворожими телеканалами. Ось як розповідає про свій проєкт команда сайту [ukrstream.tv](http://ukrstream.tv) в рубриці «Про нас»: «UkrStream.TV надає можливість побачити все на власні очі. Ніякого монтажу, ніяких коментарів – події, як вони є. Диктатура боїться публічності. Тому UkrStream.TV працюють 24/7. Наші камери – вартові демократії та вільної преси». «Журналістика скріншота» – це теж у певному розумінні «події, як вони є».

Поява серед новин великої кількості коротких матеріалів, розрахованих на легке побіжне сприйняття, сприяє ще більшому розростанню і пришвидшенню інформаційних потоків, що протягом останніх десятиліть є однією з основних тенденцій медіасфери поруч зі зміцненням комунікативної компоненти, участю аудиторії в масовому інформуванні тощо.

**Висновки.** Отже, в результаті дослідження вдалося з'ясувати, що характерними рисами «журналістики скріншота» в інтернет-виданнях є:

1. Її застосування в жанрах інформаційної групи, насамперед заміток, іноді в інформаційних оглядах та онлайн-репортажах.

2. Надання переваги оперативності інформування, нехтування ретельною перевіркою фактів заради швидкості опублікування. У деяких випадках – оновлення вже опублікованих матеріалів із метою їх уточнення та доповнення.

3. Використання двох форматів – тексту і знімків екрану (скріншотів), що деколи поєднуються зі звичайними фото, карикатурами, відео тощо. Мультимедійність гармонує з «журналістикою скріншота», зокрема в онлайн-репортажах, допомагаючи створити своєрідне відчуття віртуальної присутності в гушавині різноманітних подій, пов'язаних спільною темою.

«Журналістика скріншота» означає специфічні новітні прийоми збору та відображення дійсності. У поєднанні вони становлять відповідний метод, що ґрунтується на феномені злиття двох різних джерел – людини та предметно-речового середовища.

Цьому методу відповідають спрощені когнітивні завдання в результаті зосередження уваги лише на інформаційних збуреннях в середовищі павутини та спрямованості на оперативне створення дуже лаконічних медіаповідомлень.



Виникнення і поширення «журналістики скріншота» є одним із наслідків конкуренції інтернет-видань із соцмережами, а також відповідає загальним тенденціям у медіасфері, зокрема тяжінню до спрощеності заради швидкості.

Окреслений у цій статті напрям досліджень можна розвивати, проаналізувавши ставлення до «журналістики скріншота»: 1) традиційних преси і телебачення; 2) найбільш впливових професійних ЗМІ, наприклад, відомих інформаційних агентств; 3) мас-медіа інших країн і на цьому тлі – українських. Цікаво знайти найперші випадки застосування «журналістики скріншота». Доцільно було б також простежити лінію фейкових матеріалів, проілюстрованих скріншотами, визначити особливості їх створення і поширення, стосунки до політичної пропаганди, відсоток викриття тощо.

**Подяки.** Автор висловлює щирі подяки Запорізькому національному університету за організаційну підтримку в написанні цієї статті.

1. *Вартанова Е. О современном понимании СМИ и журналистики [Электронный ресурс] / Е. Вартанова // Медиаскоп. – 27.01.2010. – URL: <http://www.mediascope.ru/old/node/521> (27.01.2010).*

2. *Щур О. Інформаційна пандемія, або Чого варто сьогоднішнє слово [Електронний ресурс] / О. Щур // Медіакритика. – 25.12.2012. – URL: <http://www.mediakrytyka.info>.*

*mediakrytyka.info/ohlyady-analytika/informatsiynapandemiya-abo-choho-varte-sohodnishnye-slovo.html (25.12.2012).*

3. *Пуля В. 7 трендов: что ждет новые медиа в 2014 году? / В. Пуля // Журналист. – 2004. – янв. – № 1. – С. 48–49.*

4. *Градюшко А. А. Новые формы представления контента в интернет-СМИ / А. А. Градюшко // Жыццём і словам прысягаючы...: да 90-годдзя заслуж. работніка адукацыі Рэсп. Беларусь, д-ра філал. навук, праф. Міхася Яўгенавіча Цікоцкага : зб. навук. прац / пад агул. ред. д-ра філал. навук праф. В. І. Іўчанкава. – Мінск : Адукацыя і выхаванне, 2012. – С. 105–115.*

5. *Чабаненко М. В. Місце і роль інтернет-подій у новинах інтернет-видань / М. В. Чабаненко // Актуальні дослідження українських наукових шкіл у галузі соціальних комунікацій : матер. всеукр. наук.-практ. конф. / [наук. ред. В. Різун; упоряд. Т. Скотникова]. – К. : Інститут журналістики, 2013. – С. 97–101.*

6. *Градюшко А. А. Современная веб-журналистика Беларуси / А. А. Градюшко. – Минск : БГУ, 2013. – 179 с.*

7. *Лазутина Г. В. Журналистское познание мира / Г. В. Лазутина // Основы творческой деятельности журналиста : учебник / [ред.-сост. С. Г. Корконосенко]. – С.Пб : Знание ; СПБИ-ВЭСЭП, 2000. – 272 с.*

Подано до редакції 10. 09. 2014 р.

#### **Chabanenko Myroslava. Method and cognitive tasks of «screenshot journalism».**

The article examines the phenomenon of so-called «journalism of screenshot» in today's Internet publications. The spectrum of genres of online publications, accompanied by screenshots, was analyzed; it is discovered, that they are mostly short stories, sometimes informative reviews and online reports. It was established, that it is typical for such materials to use the text and screenshots, sometimes they are multimedia, containing photos, videos and other formats. It is argued, that the «journalism of screenshot» is essentially two newest methods of data collection and representation of reality. Together they constitute the single method, the peculiarity of which is caused by the phenomenon of merging of two different sources – human and subject-material environment. It is shown that this method is characterized by simplified cognitive tasks and preference for efficiency to the prejudice of thorough verification of facts. One of conclusions of this research is: the spread of «journalism of screenshot» corresponds to the general trends in the media sphere, in particular as an effect of the competition between Internet mass media and social networks.

**Keywords:** Internet, online journalism, screenshots.

#### **Чабаненко М. В. Метод и когнитивные задания «журналистики скриншота».**

В статье рассматривается явление так называемой «журналистики скриншота» в современных интернет-изданиях. Проанализирован жанровый спектр интернет-публикаций, сопровождающихся скриншотами; выявлено, что это преимущественно заметки, иногда информационные обзоры и онлайн-репортажи. Установлено, что для таких материалов характерно использование текста и снимков экрана, порой они бывают мультимедийными, включая фото, видео и другие форматы. Утверждается, что «журналистика скриншота» является по сути двумя новейшими приемами сбора и отображения действительности. Вместе они составляют единый метод, своеобразие которого обусловлено феноменом слияния двух различных источников – человека и предметно-вещевой среды. Выяснено, что для этого метода характерны упрощенные когнитивные задания, предпочтение оперативности информирования в ущерб тщательной проверке фактов. Один из выводов исследования: распространение «журналистики скриншота» соответствует общим тенденциям в медиа-сфере, в частности, будучи последствием конкуренции интернет-изданий с социальными сетями.

**Ключевые слова:** интернет, сетевая журналистика, скриншоты.