

ІНТЕРНЕТ-ГАЗЕТА ЯК ВИД МЕРЕЖЕВОГО ВИДАННЯ

Досліджується поняття «Інтернет-газета» в порівнянні з традиційно-паперовими періодичними виданнями. Основна увага приділяється аналізу особливостей мережових газет.

Ключові слова: інтернет-газета, мережеве видання, традиційно-паперова газета, Інтернет.

Исследуется понятие «Интернет-газета» в сравнении с традиционно-бумажными периодическими изданиями. Основное внимание уделяется анализу особенностей сетевых газет.

Ключевые слова: Интернет-газета, сетевое издание, традиционно-бумажная газета, Интернет.

It is investigated the concept «Internet-newspaper» in comparison with traditional-paper periodical. The main attention is given to analysis of peculiarities of net newspapers.

Key words: an Internet-newspaper, net issue, traditional-paper newspaper, Internet.

У сучасній масово-інформаційній ситуації спостерігається інтенсивний розвиток сфери інтернет-ЗМІ, важливе місце серед яких посідає Інтернет-газета. Це новий вид преси, який виник у зв'язку з приходом «стандартної» газетної журналістики у всесвітню павутину. У журналістикознавстві наразі не закріпилася єдина назва цього медіафеномену, найчастіше функціонують такі терміни на позначення відповідної реалії: Інтернет-газета, онлайн-газета, веб-газета, електронна газета, мережева газета, кібервидання. При цьому вищенаведені поняття часто використовуються як синоніми.

Природа, характер, функції, типологічні й структурні особливості газет, середовищем функціонування яких є глобальна комунікаційна мережа Інтернет, вивчені недостатньо, що зумовлює актуальність нашого пошуку. Окремі аспекти розвитку Інтернет-видань розглянуть в працях російських медіадослідників (О. І. Акопов, М. М. Колеснікова, Ф. Т. Грозданов, О. А. Калмиков, Л. О. Коханова, А. Г. Сафарова, М. О. Уланова, С. Г. Машкова) й українських учених (І. М. Артамонова, О. К. Мелешенко, Л. М. Городенко, О. О. Коцарев), але поки що практично не порушувалося питання про системне вивчення Інтернет-газет. Відтак **мета** нашої публікації — охарактеризувати Інтернет-газети як нове явище в журналістиці; здійснити компаративний аналіз мережових газет із класично-паперовими виданнями.

У науковій літературі відсутнє офіційне (закріплене в законодавстві або прийняте за аксіому) тлумачення поняття «Інтернет-газета». Дослідники онлайн-журналістики в основному акцентують увагу на поясненні сутності Інтернет-видання. Так, учена М. М. Колеснікова інтерпретує періодичне мережеве видання як «видання, що виходить друком в електронній (цифровій) формі з визначеною періодичністю і як канал роз-

повсюдження використовує комп'ютерні мережі» [6, с. 87]. Дослідниця, диференціюючи цю групу медіа на мережеві журнали і газети, зазначає: «В англomовному сегменті мережі перші дістали назву «e-zines» (скор. англ. «electronic magazines» — «електронні журнали»), а для других окремого терміна не закріпилося: слово «newspaper» (англ. «газета») використовується практично тільки в назвах електронних версій, а для мережевих газет, які не мають паперової версії, також використовується термін «e-zine» [6, с. 87-88]. М. О. Уланова розглядає Інтернет-видання як «електронне видання, доступне потенційно необмеженому колу користувачів (призначене для розповсюдження) через мережу Інтернет» [10, с. 28]. Авторитетний фахівець у сфері Інтернет-журналістики О. А. Калмиков розуміє під мережевим виданням «будь-який сайт (чи групу сайтів), призначених для вирішення завдань, властивих друкованим і електронним немережевим засобам масової інформації» [5, с. 80]. У посібнику цього ж автора нам удалося знайти визначення Інтернет-газети. Це «часто оновлювані видання, спеціалізовані в основному на новинах» [5, с. 110]. У російській версії електронної енциклопедії «Вікіпедія» (ru.wikipedia.com) подається така дефініція: «Інтернет-видання — Інтернет-сайт, який ставить своїм завданням виконувати функцію засобу масової інформації (ЗМІ) в Інтернеті. Як і друковані видання, Інтернет-видання керуються принципами журналістики». Л. М. Городенко стверджує: «Інтернет-видання — це вид засобу масової комунікації, що поєднує у собі властивості всіх традиційних ЗМІ та має власні ознаки — гіпертекст, мультимедіа, інтерактивність; середовищем існування є всесвітня мережа мереж» [2, с. 26]. О. О. Коцарев пропонує вважати Інтернет-газету «сайтом, присвяченим головно збиранню, препаруванню та поширенню масової соціально значущої переважно друкованої інформації про події та явища суспільно-політичного, економічного і культурного життя, втіленої переважно у співмірно представлених жанрах інформаційної, аналітичної та художньо-публіцистичної груп; сайт поновлюється не рідше, ніж один раз на добу» [7].

Підсумовуючи, ми можемо вивести власне визначення: Інтернет-газета — це вид мережевого видання, що розповсюджується в цифровому форматі через Інтернет і відзначається високим рівнем інтерактивності, мультимедійності, гіпертекстуальності.

У журналістикознавстві Інтернет-газети традиційно диференціюють на три типи: Інтернет-копія паперового видання (є прямою републікацією першоджерела і, зазвичай, інформація з'являється на сайті одночасно з її поданням у офлайновому періодичному органі), модифікована онлайн-версія друкованого часопису (може зберігати лише назву і тематичний напрям паперової газети, при цьому позиціонує себе як самостійний засіб масової інформації, який проводить власну інформаційну політику), власне Інтернет-газета (функціонує тільки у світовій глобальній мережі та не має офлайнового прототипу).

За досить нетривалий період часу Інтернет-газети сформувались як самостійні видання з власними характерними особливостями. У першу чергу вони відрізняються від звичайних періодичних органів формою подання матеріалів. Як відомо, Інтернет-видання існують у цифровому електронному форматі, у якому можливе розміщення різних видів інформації (текстової, звукової, візуальної). Завдяки цьому в межах одного часопису можна об'єднати текст, звук, статистичні та динамічні візуальні матеріали (малюнок, фотографія, відео, анімація).

Форма існування Інтернет-газети — сайт — оригінальне досягнення нових інформаційних технологій, структурне оформлення якого є складною, розгалуженою, багаторівневою системою організації інформації. «Якщо спробувати подумки уявити структуру газети, то створюється дуже цікава картина: зайшовши на певну сторінку, ми повинні розуміти, що ця сторінка, як багато не було б на ній інформації, є тільки невеликою частиною того айсберга, яким постає вся електронна газета» [9, с. 80]. До функціонально-необхідних структурних елементів Інтернет-газет належать:

- логотип газети. Крім рекламної функції, він слугує читачеві посиленням для переходу з будь-якої сторінки видання до головної (першої, стартової), на якій містяться зміст, заголовки і рубрики всього номера, серед них і матеріали електронного архіву;
- рекламний блок, зроблений у вигляді банера. Він слугує для розміщення анонсів-посилань на найважливіші, цікаві тексти номера чи на матеріали інших мережових ресурсів;
- меню рубрик (політика, економіка, культура, спорт та ін.), яке слугує для швидкого переходу до матеріалів конкретної тематики;
- заголовки-посилання останніх новин («новини часу»), особливо актуальні для видань, які працюють у режимі он-лайн;
- опція для швидкого пошуку в усьому текстовому масиві газети певних новин, слів, фраз» [3, с. 24].

Кожний друкований часопис має свою першу шпальту, а Інтернет-газета пропонує її еквівалент — головну, так звану домашню, сторінку, яка відображає основні матеріали і є місцем зв'язку зі сторінками окремих рубрик (місцеві новини, спорт, бізнес, дозвілля тощо). А. Г. Сафарова називає конститутивні ознаки домашньої сторінки: «це, у першу чергу, насиченість сторінки інформацією; багатоплановість організації інформації на сторінці; наявність елементів дизайну, притаманних тільки web-дизайну сайта: швидко змінні банери, наявність гіперпосилань, біжучих рядків, можливості пошуку в усій електронній версії газети, можливості оперативного зворотного зв'язку, наявність обов'язкового для будь-якого серйозного сайта розділу «часто поставлені запитання, знамениті FAQs (frequently asked questions)». І розуміється, в усій своїй повноті наявна інтерактивність web-сторінки як сторінки гіпертексту» [9, с. 80]. Оскільки екран монітора обмежений у порівнянні з паперо-

вими носіями, сторінки мережевих газет представлені у зжатою вигляді: від кожної публікації на шпальті наявні лише фотографія, заголовок і два-три речення, натискаючи курсивом на які читач отримує повнотекстовий доступ. Зауважимо: зазвичай, у Інтернет-газетах немає закінчених статей: публікація завершується лише після розв'язки події. Тому журналісти онлайн-видач пишуть матеріали таким чином, щоб у разі необхідності мати можливість продовжити останню фразу.

В Інтернет-газетах якісних змін зазнає уявлення про періодичність, а саме: зникає безумовність тотожності періодичності виходу у світ і поняття випуску номера. Слушною в цьому контексті є думка А. Данилюка: «У веб-виданні нема і не повинно бути такого поняття, як номер, випуск. Новина тут з'являється не за графіком, а миттєво, відразу ж після її написання» [4]. У Інтернет-газеті порушується принцип синхронного виходу (випуску) нових матеріалів (саме поняття «випуск» замінюється на «оновлення»): один розділ може поновлятися щоденно, інший — щомісячно і т.п. Існують три види оновлень: довільне (по мірі підготовки відомостей), поновлення зі встановленою періодичністю (сайт оновлюється у визначений час, наприклад, щоденно або щотижнево), перманентне (новина і повідомлення розміщуються на сайті одразу після надходження з інформаційних агентств, від кореспондентів чи репортерів).

У мережевих газетах також трансформувалося поняття тиражу, тому виникла нова форма виміру охоплення читачької аудиторії виданням — кількість відвідувань сайту за день, тиждень, місяць. Редакція має можливість здійснити підрахунки з допомогою спеціальних програм, так званих «лічильників», що, у свою чергу, висвітлює соціологічний аспект побутування конкретного Інтернет-видання серед загального масиву періодики.

Важливим результатом Інтернет-технологій є розширення в онлайн-видач (порівняно з офлайн-видач) зворотного зв'язку, діалогу з читачами. Інтернет-публіка стає співучасником того, що відбувається, обмінюється враженнями від прочитаного (рубрики «Обговорити статтю», «Форум», «Інтернет-голосування»), ставить запитання учасникам подій, редакції чи конкретним журналістам, заповнює анкети і дає відповіді на запитання редакційного колективу, обговорює соціальні проблеми, висловлює пропозиції щодо тем публікацій тощо. Читачі одночасно є і авторами, оскільки активно беруть участь в обговоренні, обробці та створенні нової інформації на сторінках видання. «Зазвичай, у мережевих видач використовуються такі форми інтерактивності:

- e-mail;
- форум, гостьова книга;
- голосування, рейтинги, анкети;
- чати, ICQ;
- он-лайн-інтерв'ю, конференції» [8, с. 157].

На відміну від паперового видання, в мережевому медіаресурсі сторінки не зв'язані фізично, відповідно принцип організації їх у лінійній

послідовності втрачається. Технічним способом подання вербальної інформації в Інтернет-газетах є електронний гіпертекст — засіб нелінійного (багатопотокового) викладу матеріалу в Інтернеті, тобто активне використання гіперпосилань, які дозволяють перейти до іншої сторінки для отримання уточнень та додаткових відомостей з певної теми. Гіпертекстуальність відкриває для реципієнтів можливість вибору контенту і самостійного конструювання текстового простору.

Позитивною особливістю Інтернет-газет є наявність архіву попередніх номерів видання, що надає змогу читачеві в будь-який момент знайти необхідний матеріал.

Російський медіадослідник Ф. Т. Грозданов узагальнює визначальні ознаки інтернет-газети:

- «анонімність автора (використання масок, спрямованих на формування власного позитивного іміджу в середовищі аудиторії);
- можливість одночасного віртуального спілкування великої кількості людей, які перебувають у різних частинах світу;
- діалогічність (інтерактивність) екранного кадру. Можливість узяти участь в опитуванні, вибрати ту чи іншу думку, позицію, листуватися з автором тексту та ін. До того ж і це листування може бути відкритим для читачів. Усе більша кількість текстів будується так, щоб викликати відповідну реакцію читачів;
- збіднення емоційного компонента спілкування;
- постійні доступність й актуальність інформаційних послань. Статті в традиційній газеті мають обмеження за строками актуальності. Сайт же електронної газети доступний 24 години на добу, 365 днів на рік і містить інформацію в актуальному стані;
- найвища оперативність доставки матеріалів;
- інфоцентричність — вбудована можливість скільки завгодно гнучкої ієрархічності інформації допускає будь-який ступінь деталізації викладу, не завантажуючи непотрібними деталями основний текст;
- універсальність і необмеженість даних. Сайт може містити інформацію будь-якого формату — текст, графіка, фотографії, відео, звук, документи Word, таблиці Excel та ін. — усе, що можна записати у вигляді файлів. Сайт може зберігати обсяг інформації, рівнозначний тисячам традиційних газетних шпальт;
- відсутність витрат на поліграфію та доставку і як наслідок — низька собівартість розповсюдження інформації;
- незалежність від часу і часових поясів, географічна самостійність;
- широке застосування гіпертексту;
- зв'язок з іншими базами даних і архівами;
- багатомовність — деякі Інтернет-газети доступні одночасно декількома мовами;
- доступність усіх статей усіх номерів одразу;

- вимірність — з допомогою лічильників, які визначають кількість відвідувань на сайт, що свідчить про популярність того чи іншого журналістського матеріалу;
- збереження інформації в базі даних, пошук, аналіз, тобто повторне використання інформації. Це надає додаткові зручності читачеві і додаткові кошти виданню;
- переважно невеликий обсяг матеріалів — через швидку втомлюваність під час читання з екрана;
- постійне функціонування систем пошуку за ключовими словами тієї чи іншої предметної сфери;
- використання в екранному кадрі різного роду динамічних чи статичних рекламних матеріалів, які функціонують поряд з основними інформаційними текстовими масивами» [3, с. 26-27].

Таким чином, Інтернет-газети є невід’ємною медіаскладовою всесвітньої мережі. Вони мають певні унікальні переваги, що відрізняють їх від традиційних видань: оперативність, постійний інтерактивний контакт з читачами, гіпертекстуальність, мультимедійність, географічна загальнодоступність, часовий континуум, персоніфікація, економічність у користуванні. Однак незважаючи на те, що між мережевою і паперовою газетою є величезна різниця технологічного характеру, цільове призначення періодичних Інтернет-видань порівняно з традиційними не змінилося. Це — інформування, пропаганда, популяризація знань, реклама.

Проведене дослідження не вичерпує всіх граней науково-методологічного пошуку в означеній галузі. Перспективність подальшого штудіювання полягає у вивченні структури, мови і типології Інтернет-газет.

Список літератури

1. Артамонова І. М. Тенденції становлення та перспективи розвитку інтернет-журналістики в Україні : монографія / І. М. Артамонова. — Донецьк : Лебідь, 2009. — 416 с.
2. Городенко Л. М. Типологія інтернет-видань / Л. М. Городенко // Друкарство. — 2004. — № 5 (верес. — жовт.). — С. 25–28.
3. Грозданов Ф. Т. Язык молодежных Интернет-газет : дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / Ф. Т. Грозданов. — М., 2007. — 155 с.
4. Данилюк А. Інтернет як засіб інтеграції традиційних ЗМІ в Україні [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.franko.lviv.ua/mediaeco/zurnal/N2/Mediaosvita/spysok.htm
5. Калмыков А. А. Интернет-журналистика : учеб. пособ. для студ. вузов, обучающихся по спец. 021400 «Журналистика» / А. А. Калмыков, Л. А. Куханова. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. — 383 с.
6. Колесникова М. М. Периодические издания электронных сетей как вид СМИ: типологический аспект : дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / М. М. Колесникова. — Ростов н/Д., 2002. — 183 с.
7. Коцарев О. О. Типологія інтернет-ЗМІ [Електронний ресурс] / О. О. Коцарев // Ученые записки Таврического нац. ун-та им. В. И. Вернад-

- ского. Сер. Филология. — 2006. — Т. 19. — № 5. — С. 321-324. — Режим доступа: http://www-philology.univer.kharkov.ua/katedras/prof_sites/.../kots_article_2.pdf
8. Машкова С. Г. Сетевые СМИ: факторы эффективности : дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / С. Г. Машкова. — Воронеж, 2006. — 199 с.
 9. Сафарова А. Г. Социокультурная динамика качественной газетной прессы Великобритании и США в конце XX — в начале XXI века : дис. ... канд. филол. наук / А. Г. Сафарова. — М., 2004. — 180 с.
 10. Уланова М. А. Интернет-журнал. Типология, принципы создания, методика редактирования : дис. ... канд. филол. наук: 05.25.03 / М. А. Уланова. — М., 2005. — 239 с.

Надійшла до редколегії 20.05.2010 р.