

УДК 070:004.7(477.63)

М. В. Варданян

МЕДІАФОРМАТ МЕРЕЖЕВИХ ЗМІ КРИВОРІЖЖЯ

У статті розглянуто поняття “медіаформат” на прикладі мережеских видань Криворіжжя. Критерії медіаформату криворізьких інтернет-медіа визначено за трьома принципами: загальний (охоплює критерії, що стосуються інтернет-ЗМІ загалом), регіональний (визначений критеріями, що об’єднують місцеві онлайн-ЗМІ за регіональною належністю) та медіадіяльний (включає критерії, що визначають унікальність окремо взятого інтернет-видання). За цими принципами охарактеризовано критерії медіаформату криворізьких онлайн-ЗМІ.

Ключові слова: медіаформат, інтернет-журналістика, мережескі ЗМІ, регіональна журналістика, медіа Криворіжжя.

I. Вступ

Нині у світі активно функціонують інтернет-ЗМІ, які вже прийнято виокремлювати в окремий різновид медіа, що посідає рівне місце серед традиційних ЗМІ: радіо, телебачення та преси. Плідно розвиваються інтернет-медіа й у регіонах, що відображає інтерес аудиторії до місцевої тематики. Свідченням цих процесів є діяльність низки онлайн-медіа Криворіжжя, що останнім часом набувають популярності серед місцевої аудиторії. Вони мають певний медіаформат, що характеризує їх як регіональні новинні мережескі ЗМІ.

II. Постановка завдання

Мета статті – дослідити медіаформат криворізьких мережеских ЗМІ. Для досягнення мети варто зупинитися на розгляді поняття медіаформату в журналістикознавстві; визначити основні характеристики інтернет-медіа, що становлять його медіаформат; окреслити особливості медіаформату регіональних онлайн-ЗМІ.

Об’єкт дослідження – мережескі новинні медіа Криворіжжя, що презентують себе як:

- новинні сайти (“0564.ua – Сайт міста Кривого Рога”, “1 kg.ua Первый Криворожский”, “Криворожский обозреватель”);
- інформаційний ресурс (“Весь Кривой Рог”);
- сайти теле-, радіокомпаній (ТРК “Рудана”, ТРК “Криворіжжя”);
- сайти періодичних друкованих видань (“Червоний гірник”);
- медіаплатформи (“ExpertKR”, “Громадське телебачення м. Кривий Ріг”);
- телеканали онлайн (“Первый городской”, «Телеканал новостей “24”. Кривой Рог»).

III. Результати

Попередній огляд літератури з питання теоретичного осмислення поняття “медіаформат” свідчить, що в сучасному українському журналістикознавстві це явище недостатньо вивчене. У “Теорії масової комунікації” В. Різуна під “форматом у масовій комунікації” розуміється “певний тип процесу

створення масовокомунікаційного продукту, який існує в межах певної форми або форм спілкування, і має забезпечити потрібну реакцію аудиторії” [7, с. 33]. Під час розгляду різних видів медіа термін “формат” уживають у своїх працях І. Венгер (“Авторські програми в контексті комерційного телебачення”), О. Гоян («Формати “громадське радіо” і “розмовне радіо” в українському ефірі», “Технологія форматування радіоефіру”), В. Смірнов (“Форми мовлення: функції, типологія, структура радіо-програм”), В. Сухарева (“Вітчизняне радіомовлення в умовах демонополізації ефіру (1985–1997 рр.)”), В. Шкляр (“Формати національної ідентичності ЗМІ”) та ін. Зокрема, О. Гоян під форматом на радіо розуміє унормовану цілісність, яка характеризується незмінним набором основних сегментів, що й визначають критерії формату [1].

Розвиваючи думку вказаних дослідників, В. Корнєєв у статті “Перспективи дослідження медіаформату” тлумачить медіаформат таким чином: “1) кінцевий продукт інформаційного виробництва, призначений для відтворення, тиражування, розповсюдження та продажу в незмінному вигляді; 2) система умов, об’єктивно та суб’єктивно сформованих допусків виробництва, поширення, обміну й функціонування масовокомунікаційного продукту в інформаційному просторі; 3) спосіб виробництва інформаційного продукту, що передбачає функціональність виробничої структури та її спрямованість на кінцевий результат” [4]. У цій розвідці дослідник класифікує медіаформати так:

- ефірні (радіоформати та телеформати);
- пресові (щоденні газети, аналітичні видання, альманахи тощо);
- формати агенційної журналістики та новинарство;
- формати інтернет-журналістики (інтернет-газети, блоги тощо);
- медіаформати реклами;
- медіаформати public relations.

Враховуючи думку В. Корнєєва, що медіа-аформат є системою умов створення інформаційного продукту, варто говорити про певний медіаформат мережових криворізьких ЗМІ. Критерії медіаформату цих інтернет-видань Криворіжжя можна згрупувати за кількома принципами, що умовно назвемо так: загальний, регіональний та медіадіяльний. Розглянемо визначальні критерії кожного принципу більш детально.

Перший – загальний, що характеризує інтернет-ЗМІ загалом. Сюди належать такі ознаки інтернет-медіа, як:

- мультимедійність і конвергентність;
- інтерактивність;
- гіпертекстуальність.

До тенденції новинної онлайн-журналістики належить використання мультимедіа, яка, за слушним спостереженням О. Гресько, об'єднує всі можливі інструменти передачі інформації [2, с. 70]. Вживання мультимедіа визначає й таку рису інтернет-журналістики, як конвергентність, що передбачає змішування різних видів медіа і жанрів в одній публікації. Криворізькі онлайнві ЗМІ застосовують цю стратегію. Вони передають інформацію аудиторії різними каналами, про що зазвичай зазначають наприкінці заголовку новини. Там вказують або подають відповідний значок – інфографіку (“Чим обернулися для України рекомендації МВФ (інфографіка)” – “Червоний гірник”), фото (“Криворіжці розшукують “господарника” та кришки люків (фото) – 0564.ua), відео (“Милобг: вибори в Кривому Розі – це домовленість Ахметова та Порошенка (відео)” – “Криворожский обозреватель”).

Вдаються місцеві ЗМІ і до поєднання жанрів: фоторепортаж (“Вічна пам'ять. У Кривому Розі встановлена меморіальна дошка герою АТО Олександрю Ігнатову” – 1 kr.ua), відеосюжет (“Розкопки на місці старовинного храму” – веб-сайт ТРК “Рудана”), відеорепортаж («Кривий Ріг накрила “епідемія” ошуканих вкладників” – “Криворожский обозреватель») тощо.

Варто зазначити, що ефірні видання ТРК “Рудана” та ТРК “Криворіжжя” перепрофільовують свої матеріали для веб-сайту: архівують випуски новин, викладають на сайті окремі повідомлення та мультимедіа, підготовлені повідомлення супроводжують відеоматеріалами, телерепортажі переробляють на статті. Тому названі видання становлять інтерактивний новинний ресурс в Інтернеті.

Стосовно інтерактивності Р. Крейг' твердив, що цей критерій інтернет-журналістики “найкраще підходить для місцевих ЗМІ; для місцевих журналістів і редакторів завжди було вкрай важливим тримати руку на пульсі життя своєї громади” [5, с. 41]. Такої інтерактивності на новинних веб-сайтах Криворіжжя досягають завдяки зворотному зв'яз-

ку редакції з аудиторією (“Первый городской”), участі в голосуванні та коментуванні (0564.ua), опитуванні (1 kr.ua), відвідуванню “гостьової книги” (“Криворіжжя”), надсилання електронного листа редакції (“Рудана”), можливості повідомляти про помилку (1 kr.ua).

Веб-сайт “Червоного гірника” має рубрику “Блоги гірника”, який ведуть адміністратор сайту та інтелектуали з-поза меж редакції. За своїм жанром це авторські колонки, що традиційно використовують у друкованій пресі. Крім блогосфери, криворізькі мережові ЗМІ мають сторінки в соціальних мережах із тисячами підписників.

Особливу роль у новинній інтернет-журналістиці відіграє гіпертекстуальність. Цей критерій дає можливість *для новітніх медіа* викладати тільки нову інформацію, що робить матеріал компактным та позбавляє необхідності передрукуювати вже оприлюднене; *для аудиторії* – нелінійне прочитання запропонованого редакцією контенту. За Б. Потятиником, покликання ведуть до аудіо- чи відеоматеріалу на ту саму тему, супровідної графіки, раніше опублікованих матеріалів цієї самої рубрики чи на цю саму тему, довідкових джерел [6, с. 59]. Посилання (лінки) та теги широко використовують веб-сайти 0564.ua та 1kr.ua. Яскравим тому свідченням є висвітлення теми перейменування вулиць Криворіжжя на виконання законів про декомунізацію. За приклад можна навести новину на веб-сайті “Першого Криворізького” під назвою “Від ката до захисника. У Саксаганському районі визначені нові назви об'єктів топоніміки”, у якій гіперпокликання ведуть до раніше опублікованих матеріалів на цю тему, супровідної графіки, а поруч – пропозиція поділитися матеріалом із друзями через соціальні мережі, посилання на схожі матеріали, друкована версія статті.

З усього видно, що риси новинної онлайн-журналістики простежуються на веб-сайтах криворізьких медіа. Серед таких ознак:

- цілодобова оновлюваність матеріалів;
- безперервність новинного потоку інформації;
- оперативність повідомлення новин;
- специфічна форма викладу матеріалу (дія правила “перевернутої піраміди”, запозичені джерела та “ексклюзиви”);
- гіпертекстуальність (використання гіперпокликань на внутрішні ресурси);
- архівування новин та пошук по сайту;
- використання аудіо-, відео-, фотоматеріалу, графіки, анімації в межах певного матеріалу;
- запрошення аудиторії до творення новин міста (через функцію “Повідомити новину”);

- інтеграція із соціальними мережами (Facebook, Twitter, Вконтакте, Однокласники);
- інтерактивність аудиторії (блоги, коментарі, чати, функція “Додати новину”, голосування).

Другий принцип – регіональний. До набору основних складових, що визначають критерії медіаформату криворізьких мережних ЗМІ, належать:

- тематичні рубрики з новинами, що спрямовані на проблеми регіону або відображають місцевий погляд на події в Україні;
- набір характерних для новинарства жанрів (репортаж, відеорепортаж, інтерв'ю, компілятивна стаття, замітка, рейтинги);
- манера викладу новин на веб-сайтах (клікабельність заголовків, ліди, внутрішні гіперпосилання);
- реклама місцевих організацій, підприємств тощо;
- інформаційно-розважальний характер;
- довідкова інформація, пов'язана з Криворіжжям.

Ці критерії мають на меті формувати місцеву цільову аудиторію.

Третій принцип пов'язаний із реалізацією медіадіяльності конкретних мережних криворізьких ЗМІ, їхніх функцій, принципів та жанрів інформаційної діяльності відповідно до медіаформату інтернет-журналістики.

Насамперед, новинні сайти Криворіжжя мають головну (“індексну”) сторінку з власним дизайном. На домашній сторінці відображають логотип і назву інтернет-видання, головні матеріали дня, тематичні рубрики (політика, економіка, спорт, культура), архів новин, контакти тощо. Текст подано чорним кольором на білому тлі, а покликання – синім. Все це сприяє основному призначенню – онлайн інформуванню. Воно відбувається через низку новинних піджанрів (огляди, підсумки, рейтинги, записи в блогах тощо), що передбачають відповідну тематику криворізьких інтернет-ЗМІ, у якій інформаційний характер переважає над розважальним.

У публікаціях регіональних онлайн ЗМК порушують *суспільно-політичні питання* («Інститут національної пам'яті створив мультимедійний посібник “Українська друга світова війна» – 0564.ua; «Милобог прокоментував скандальне виключення із “Самопоміч”» – 24 канал; “Примара комунізму” залишає Кривий Ріг” – 1 kg.ua), *фінансові* (“Невикористану частину субсидії будуть зараховувати на наступний період” – 1 kg.ua), *господарські* (“Розпочато ремонт тротуарів мосту в Покровському районі Кривого Рогу” – “Весь Кривой Рог”), *культурні* (“Двоє криворізьких художників увійшли до числа кращих у всеукраїнському конкурсі цифрового мистецтва” – “Криворожский обозреватель”), *спортивні* (“Команда юних інспекто-

рів руху з Кривого Рогу представить місто на обласних змаганнях” – “Первый Городской”), *розважальні* (“Сьогодні в Кривому Розі відбудуться прем'єри трьох кінокартин” – 1 kg.ua), *кримінальні* («Крадіїв церковного краму спіймали “по гарячих слідах”» (“Червоний гірник”) тощо.

Серед найбільш актуальних тем місцевих веб-сайтів – політичні, кримінальні, господарські, фінансові. Вони засвідчують, що місцеву аудиторію зачіпають найбільше питання безпеки, політичного вибору, комфорту та стану гаманця. Вибір аудиторією місцевих сайтів новин створює відчуття, що дещо важливе відбувається поряд, і це стосується безпосередньо кожного.

З іншого боку, на принципах медіадіяльності місцевих ЗМІ позначилися політичні та економічні тенденції сучасного стану України. Не останню роль у визначенні медіаформату місцевих мережних ЗМІ відіграє політика власників, засновків чи спонсорів того чи іншого медіаресурсу, які зазвичай залишаються невідомими. Як слушно зауважив А. Захарченко, “в інтернеті часто неможливо встановити, кому видання належить. Хоча б тому, що більшість із них не реєструються як ЗМІ” [3, с. 18]. Таку тенденцію спостерігаємо в більшості регіональних мережних ЗМІ. На належність певного видання тому чи іншому власнику може натякати мовна політика новинних веб-сайтів криворізьких медіа або навіть підміна журналістики факту на журналістику погляду.

IV. Висновки

Інтернет-медіа швидко розвиваються й захоплюють аудиторію, яка до того вже підготовлена. Проте це явище малодосліджене. Дотепер немає єдиного підходу до тлумачення цього феномена. Це стосується й регіональних мережних ЗМІ. Свідченням того є плутанина з дефініціями. Місцеві ЗМІ по-різному визначають свій медіаформат: сайт, інформаційний ресурс, телеканал, медіаплатформа. Проте їх єднає регіональна проблематика, вони мають особливості інтернет-новин (гіперпосилання, оновлюваність матеріалу, конвергентність, архів новин), але різняться своїми змістовними й функціональними моделями.

З огляду на швидкість розвитку мережних ЗМІ ця розвідка не претендує на всеохопність та вичерпність. Вважаємо перспективним напрямом дослідження детальний розгляд медіаформату конкретних інтернет-ЗМІ Криворіжжя, а також типологічне зіставлення криворізької друкованої преси та місцевої інтернет-журналістики.

Список використаної літератури

1. Гоян О. Я. Технологія форматування радіоефіру [Електронний ресурс] / О. Я. Гоян // Наукові записки Інституту журналісти-

- ки. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1029>.
- Гресько О. В. Формула мультимедіа в системі координат новинної онлайн журналістики / А. В. Гресько // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. – 2015. – № 4. – С. 70–74.
 - Захарченко А. П. Інтернет-медіа : інтерактивний навч. посіб. “Підтримка сайту” для студентів відділення “Видавнича справа та редагування” / А. П. Захарченко. – Київ : Видавець Марченко, 2014. – 198 с.
 - Корнєєв В. М. Перспективи дослідження медіаформату [Електронний ресурс] / В. М. Корнєєв // Наукові записки Інституту журналістики. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2406>.
 - Крейг Р. Інтернет-журналістика. Робота журналіста і редактора у нових ЗМІ / Р. Крейг ; пер. з англ. А. Іщенко. – Київ : Києво-Могилянська академія, 2007. – 324 с.
 - Потятиник Б. В. Інтернет-журналістика : навч. посіб. / Б. В. Потятиник. – Львів : ПАІС, 2010. – 246 с.
 - Різун В. В. Теорія масової комунікації : підручник / В. В. Різун. – Київ : Просвіта, 2008. – 260 с.

Стаття надійшла до редакції 23.05.2016.

Варданян М. В. Медиаформат сетевых СМИ Криворожья

В статье рассматривается понятие “медиаформат” на материале сетевых изданий Криворожья. Критерии медиаформата криворожских интернет-медиа сгруппированы по трем принципам: общий (охватывает критерии, касающиеся интернет-СМИ в целом), региональный (определяется критериями, объединяющими местные онлайн-СМИ по региональной принадлежности) и медиадеятельный (включает критерии, определяющие уникальность отдельно взятого интернет-издания). По этим принципам охарактеризованы критерии медиаформата криворожских онлайн-СМК.

Ключевые слова: медиаформат, интернет-журналистика, сетевые СМИ, региональная журналистика, медиа Криворожья.

Vardanian M. Media Format of the Kryvyi Rih Network News Media

The article deals with the term media format of network news media which has been based on a case study of the Kryvyi Rih network news media. The criteria of media format of the Kryvyi Rih online media were grouped in accordance with the general, local and media active principles.

The first principle, the general, describes all Internet mass media. All of them have characteristics of multimedia, convergence, interactivity and hypertext.

The second principle, the local, is divided up into the criteria which integrate the local online mass media according to their regional identity.

Basic components, such as topical sections that are directed at the regional problems, or show the local points of view on the events in Ukraine, adverts of local institutions and enterprises etc., information and entertainment format of the mass media, as well as supplemental information about Kryvyi Rih, are crucial criteria of media format of the Kryvyi Rih networking news media.

The third principle is connected with implementation of media activity within the Kryvyi Rih networking news media, their role, principles and genres of information activity in accordance with the requirements of media format Internet journalism.

The criteria of media format of the Kryvyi Rih online media describe these principles.

The local mass media determinate themselves their media format in many ways. Political and economic trends of Ukraine's today contemporary situation, as well as the politics of owners of different media resources, who usually are unknown, are affecting the principles of media activity in regional mass media. However, local problems, specificity of the Internet news presentation (hyperlink, multimedia, convergence, interactivity, updating of information, news archive) unite these mass media, but they have different functional and conceptual models.

Key words: media format, Internet journalism, network news media, local journalism, the Kryvyi Rih mass-media communication.