

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ

Кафедра журналістики

Кваліфікаційна робота магістра

на тему «Тематика і структура новин на запорізьких онлайн-медіа»

Виконала: студентка 6 курсу
групи 8.0610-ж-3
спеціальності 061 «Журналістика»
(освітньо-професійна програма
«Журналістика»)

Іванова О.О.

Керівник: доц., к. пед. н.

Костюк В. В.

Рецензент: доц., к. філол. н.

Горбенко І. Ф.

Запоріжжя – 2021

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет журналістики
Кафедра журналістики
Освітній ступінь «магістр»
Спеціальність 061 – «Журналістика»
Освітньо-професійна програма «Журналістика»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри Чернявська Л. В.
« _____ » _____ 20 ____ року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ

Івановій Ользі Олександрівні

1. Тема роботи – «Тематика і структура новин на запорізьких онлайн-медіа» («Topics and Structure of News in the Online Media of Zaporizhzhia»), керівник роботи – Костюк Віктор Володимирович, доц., к. пед. н., затверджені наказом ЗНУ від «27» травня 2021 року № 714-с
 2. Строк подання студентом роботи (проекту) – до 6 грудня 2021 року.
 3. Вихідні дані до роботи праці присвячені розгляду питанню передумов виникнення жанру нон-фікшн, технікам пошуку, збору інформації та написанню матеріалу. Це передусім роботи таких вітчизняних і зарубіжних учених: А. Аксьонова, А. Амзіна, В. Здоровеги, В. Недбай, І. Биков, М. Чабаненко, Н. Виговська, М. Чабаненко та інших.
- Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): вивчити визначення поняття новини онлайн-медіа, визначити їх характерні риси;
- розглянути критерії побудови новин онлайн медіа;
 - виявити вимоги до подання новинної інформації у сучасній журналістиці;

- схарактеризувати побудову і тематику новин на сторінках запорізьких інтернет-видань.

5 Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ	Костюк В. В., доцент	04.08.2021	04.08.2021
1 розділ	Костюк В. В., доцент	17.09.2021	17.09.2021
2 розділ	Костюк В. В., доцент	15.10.2021	15.10.2021
Висновки	Костюк В. В., доцент	25.11.2021	25.11.2021

6 Дата видачі завдання – 10.05.2021 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Складання графіку виконання роботи, визначення мети, завдань, об'єкту і предмету дослідження	Травень 2021 р.	Виконано
2	Пошук наукових джерел, укладання бібліографії. Написання вступу.	Червень 2021р.	Виконано
3	Написання теоретичного розділу дипломної роботи.	Червень 2021 р.	Виконано
4	Підбір, аналіз матеріалів та написання другого розділу роботи.	Вересень 2021 р.	Виконано
5	Написання висновків. Надання роботи на перевірку науковому керівникові.	Жовтень 2021 р.	Виконано
6	Робота над зауваженнями. Підготовка чистового варіанту роботи.	Листопад 2021 р.	Виконано
	Проходження попереднього захисту на кафедрі.	Листопад 2021 р.	Виконано
8	Оформлення додатків. Усунення недоліків.	Листопад 2021 р.	Виконано
9	Проходження нормоконтролю. Подання роботи на візування завідувачем кафедри. Отримання рецензії.	Листопад 2021 р.	Виконано
10	Захист роботи.	Грудень 2021 р.	Виконано

Студент

_____ (підпис)

Іванова О.О.

(ініціали та прізвище)

Керівник роботи (проекту)

_____ (підпис)

Костюк В. В.

(ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер

Чабаненко М. В.

РЕФЕРАТ

Тема кваліфікаційної роботи магістра: «Тематика і структура новин на запорізьких онлайн-медіа», сторінок основного тексту – 80, список використаної літератури містить 75 найменувань.

Мета роботи: магістерської роботи полягає в тому, щоб схарактеризувати тематику та структуру новин в онлайн-медіа.

Для реалізації мети виконано такі **завдання:**

- 1) вивчити визначення поняття новини онлайн-медіа, виявити їх характерні риси;
- 2) розглянути критерії побудови новин онлайн медіа;
- 3) виявити вимоги до подання новинної інформації у сучасній журналістиці;
- 4) схарактеризувати побудову і тематику новин на сторінках запорізьких інтернет-видань

Об'єкт дослідження: портали «Форпост», «Репортер.UA» за вересень, жовтень, листопад 2021 року.

Предмет дослідження: функціонування новинних матеріалів у запорізьких онлайн-медіа

Методологічна й теоретична основа дослідження – наукові праці журналістикознавців А. Аксьонова, А. Амзіна, Н. Виговської, М.Чабаненко, В. Здоровеги, В.Недбай, І.Бикова та інших.

Новизна одержаних результатів:

Вперше:

– здійснено аналіз запорізьких онлайн видань «Форпост» та «Репортер.UA» щодо дотримання критеріїв побудови новин онлайн медіа.

Удосконалено:

– вимоги до подання новинної інформації у сучасній журналістиці;

Набули подальшого розвитку:

– аналіз запорізьких видань щодо особливостей написання та технік збору інформації.

Теоретичне і практичне значення дослідження. Матеріали кваліфікаційної роботи можуть бути використані в підготовці навчальних посібників, розробці лекційних курсів та відповідних спецкурсів з широкого спектра журналістських дисциплін, а також при написанні практичних і курсових робіт.

Ключові слова: онлайн-медіа , інтернет, новини , тематика, побудова , інформаційний привід.

ЗМІСТ

Завдання.....	2
Реферат.....	4
Зміст.....	6
Вступ.....	7
Розділ 1. Функціонування новин в інтернет-журналістиці	11
1.1 Специфіка інтернет журналістики	11
1.2 Вимоги до побудови новин в онлайн-медіа	20
1.3 Тематика новин онлайн медіа.....	36
Розділ 2. Функціонування новинних матеріалів у запорізьких онлайн медіа.....	45
2.1 Мультимедійні засоби у ЗМІ «Форпост», «Репортер.UA»	45
2.2 Характеристика новинних матеріалів «Форпост», «Репортер.UA».....	48
2.3 Тематика матеріалів у запорізьких онлайн медіа за вересень, жовтень, листопад 2021 р.	55
Висновки.....	80
Список використаних джерел.....	84
Додаток А. Приклади застосування мультимедіа запорізькими інтернет-виданнями.....	91
Summary.....	93

ВСТУП

Актуальність дослідження полягає в тому, що процес мультимедіатизації ЗМІ стає новим етапом у розвитку сучасної журналістики. Та наразі кожному інтернет-журналістові дуже важливо розуміти, що для того, щоб зацікавити аудиторію, він повинен, окрім професійного викладу інформації, володіти новими технологіями та інструментами мультимедійності, за допомогою яких можна подати будь-яку новину просто, доступно, цікаво та наочно. Застосування мультимедійності прямо впливає на рівень популярності засобів масової інформації в Інтернеті.

Журналістика - це мистецтво оперативного опрацювання і подання інформації. Журналіст є транслятором інформації та новин та тим хто повинен відрізнитися від інших тим, що він подає інформацію чітко та правдиво, без вигадок та змін .

На думку С. Аксьонова, новини в сучасних медіа - це якісно новий соціокультурний та цивілізаційний феномен, що представляє собою діяльність із формування та представлення інформаційних образів актуальності. Реальність усе більшою мірою з'являється нам у своїй комунікативній та інформаційній формі, тому новини стають системоутворючим елементом. Для нормального функціонування соціальної системи необхідний безперервний потік інформації. Він відповідно орієнтує кожну особистість та тримає її в стані інформаційної насиченості. Новини відповідальні за формування соціального середовища, що представляє собою комплекс комунікативних підпросторів, де актуалізується та або інша людська діяльність [4]

Як стверджує С. Аксьонов, «...соціальне середовище формується та актуалізується як комунікативний простір, функціонування якого забезпечує координацію людської діяльності за допомогою механізмів комунікації, трансляції або передачі інформації. Інструментами формування окремих співтовариств та суспільства в цілому є різні комунікативні засоби, при цьому одним із головних є новини. Незважаючи на порівняно недовгий період

вивчення функціонування новин в медіа, вже з'явилося усвідомлення того, що вони є особливим типом реальності, що вимагає соціологічного, комунікативного, філософського, психологічного та культурологічного аналізу. Спроби охарактеризувати як єдине ціле цей достатнє строкатий та, на перший погляд, внутрішньо суперечливий конгломерат методологічних підходів дослідження новин в медіа приводять до сучасної постмодерністської методології та інтеграції всього спектру сучасного наукового знання» [4].

На сьогоднішній день ЗМІ мають напружену конкуренцію. Традиційна друкарська преса, телебачення та радіо програють інтернету, який є основним засобом інформації. Можна стверджувати, що Інтернет це нове медійне середовище, саме на його платформі виникли інтернет-ЗМІ.

Одними із головних рис онлайн-медіа є такі: універсальність, оперативність, мультимедійність, інтерактивність та гіпертекстуальність.

Головне завдання інтернет-ЗМІ не просто збирати, опрацьовувати та поширювати інформацію, а викладати її за допомогою нових технічних можливостей для того, щоб пояснити нюанси новин, сформувати інтерес аудиторії до новинної інформації.

Питання розвитку інтернет-ЗМІ аналізували В.Мироненко, В. Недбай, І.Биков, М.Чабаненко, С.Аксьонов та інші дослідники. Можна стверджувати, що сайти інтернет-ЗМІ або авторські проекти з численною аудиторією читачів постійно змінюються, залежно від контенту та цільової аудиторії. Інтернет ЗМІ – це багатогранний канал зв'язку, через який аудиторія дізнається про актуальні події. На відміну від інших видів ЗМІ саме інтернет-журналістика має більшу оперативність подачі інформації аудиторії. А ще найголовнішою відмінністю Інтернету від традиційних ЗМІ є те, що він надає користувачам інтерактивні можливості. Це і зумовило вибір теми дослідження.

На думку О. Коцарева, основний акцент спрямований на професіоналізм творців інтернет-видань і до інтернет-ЗМІ пропонує відносити лише ті сайти, які виконують функцію поширення переважно журналістської інформації, тобто інформації про суспільно актуальні в тій чи іншій галузі події, зібраної та

препарованої професіоналами-журналістами й/або із застосуванням професійних журналістських технологій [8].

Мета дослідження: полягає в тому, щоб схарактеризувати тематику та структуру новин в онлайн-медіа.

Мета роботи передбачає виконання певних завдань:

- 1) вивчити визначення поняття новини онлайн-медіа, визначити їх характерні риси;
- 2) розглянути критерії побудови новин онлайн медіа;
- 3) виявити вимоги до подання новинної інформації у сучасній журналістиці;
- 4) схарактеризувати побудову і тематику новин на сторінках запорізьких інтернет-видань

Об'єкт дослідження: новини в запорізьких інтернет-ЗМІ «Репортер.УА» (reporter-ua.com) та «Форпост» за вересень, жовтень, листопад 2021 року

Предмет дослідження: функціонування новинних матеріалів у запорізьких онлайн-медіа .

У магістерській роботі використані такі методи дослідження: огляд інтернет-видань; дедукція; моніторинг за діяльністю інтернет-ЗМІ; порівняння використання мультимедіатизації у різних засобах масової інформації.

Теоретико-методологічною основою дослідження є наукові праці журналістикознавців А. Аксьонова, А. Амзіна, Н. Виговської, М.Чабаненко, В. Здоровеги, В.Недбай, І.Бикова та інших.

Новизна одержаних результатів:

Вперше:

– здійснено аналіз запорізьких онлайн видань «Форпост» та «Репортер.УА» щодо дотримання критеріїв побудови новин онлайн медіа.

Удосконалено:

– вимоги до подання новинної інформації у сучасній журналістиці;

Набули подальшого розвитку:

– аналіз запорізьких видань щодо особливостей написання та технік збору інформації.

Методи дослідження: методи перевірки, аналіз та синтез, контент-аналіз.

Теоретичне і практичне значення дослідження. Матеріали кваліфікаційної роботи можуть бути використані в підготовці навчальних посібників, розробці лекційних курсів та відповідних спецкурсів з широкого спектра журналістських дисциплін, а також при написанні практичних робіт.

Обсяг і структура магістерської роботи. Структура роботи зумовлена логікою та об'ємом викладу матеріалу, складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Обсяг основного тексту магістерської роботи становить 80 сторінок. Список використаної літератури містить 78 джерел.

РОЗДІЛ 1

ПОНЯТТЯ ТА ЗНАЧЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ НОВИН В ІНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛІСТИЦІ

1.1 Специфіка інтернет журналістики

Онлайн медіа є сукупністю всіх видів інформаційних ресурсів, які доступні користувачам Всесвітньої павутини.

Появу інтернет-журналістики в Україні умовно можна віднести, коли почав діяти онлайн-видання інформаційного агенства Інтерфакс-Україна до травня 1998 року. Перші самостійні мережеві видання з'явилися у 2000 році: «UA Today», «Корреспондент.net» та інші» [15].

Сайт першого в Україні незалежного інтернет-видання було запущено 16 квітня 2000 року – проєкт Георгія Гонгадзе «Українська правда». Після цього розпочалася нова хвиля інвестицій в інформаційні-проєкти. Про соціальні мережі та блоги, як новий різновид ЗМІ в Україні, стали говорити після 2007 року» [10]. Сьогодні інтернет-ЗМІ розвиваються стрімко та складають реальну конкуренцію традиційним засобам масової інформації.

Поява наукових праць та досліджень зарубіжних та вітчизняних вчених має тісний зв'язок із вивченням феномену Інтернет –ЗМІ.

Спробу розгляду Інтернет-видань з адміністративної точки зору робить Ю.Бурило [13], увагу на понятті «Інтернет-журналістики» із специфікою та перспективами розвитку акцентує І.Биков [9], а в працях А.Гладкова [16], Ю.Костигової [9] і т.д. йдеться про особливості нових медіа.

Дослідження вчених В.Недбай [52], О.Водолагін [6], І.Фомічова [69] М. Лукіна [48], М. Чабаненко [75], Н. Виговська [18] присвячені розгляду тих або інших аспектів розвитку Інтернет-ЗМІ.

На думку М.М. Лукіної, традиційним засобам масової інформації (друкованим виданням, телебаченню та радіо) притаманні такі ознаки:

- особливості аудиторії чи соціальна адреса;
- функціональне чи цільове застосування видання;
- характер переданої інформації (її форми, види та жанри);
- зони інформаційної уваги (сфери відображення, тематика);
- формати та обсяги інформації, що передається;
- співвідношення різних знакових форм передачі інформації (наприклад, ілюстративного матеріалу для друку та тексту, відеоматеріалу для телебачення);
- періодичність (регулярність номерів, випусків, програм);
- час виходу (як приклад, ранкові, обідні, вечірні, недільні випуски або видання і т.д.);
- місце виходу, географія поширення інформації (розповсюджувати й транслювати телепрограму або газету можна в одному регіоні, а випускати телепрограму або газету можна на інші [46]).

З появою нових засобів масової інформації, беручи до уваги Інтернет-ЗМІ, виникає пошук ознак тих ЗМІ, які були до цього. На думку М.Лукіної та І.Фомічової, «Інтернет-ЗМІ, порівняно із традиційними, має відмінні особливості, серед них гіпертекстуальність, мультимедійність, інтерактивність[13].

На думку І.Артаманової, на сьогодні Інтернет в Україні, як новий канал поширення інформації, на ранній стадії розвитку. Мережеве середовище є унікальним типом соціальної структурності, сильною стороною якої є різноманітність. Поширення інформації в Інтернеті заповнене неякісними виданнями, проте спостерігається стрімке зростання користувачів, яким пропонується великий вибір сайтів [3, 304].

Цифровими сьогодні стають також і радіо, і телебачення. Вживання термінів «мережеві ЗМІ», «інтернет-ЗМІ» або «онлайн-ЗМІ» є вдалими та науково коректними [64, 15].

Окрім всього М.Чабаненко наголошує на етапі розвитку медіа-сектору в Інтернеті, формуючи його так:

- виникнення середовища, в якому пізніше зародився новий медіа-сектор-перша половина 1990-х рр;
- друга половина 1990-х рр. – поява перших інтернетЗМІ;
- перша половина 2000-х рр. – час ентузіазму та помилок, бурхливе, стрімке, зростання галузі, на яких вчилися;
- друга половина 2000-х рр. – спокійне вдосконалення роботи інтернет-ЗМІ за рахунок набутих досвіду і знань;
- перша половина 2010-х рр. – пристосування веб-сайтів до різновидів сучасної комп'ютерної техніки та подальше зближення з аудиторією техніки» [73, 19].

У сфері розвитку ЗМІ такі особливості є новими і не мають відношення до онлайн-видань, радіо або телебачення.

Можна вважати, що Інтернет-ЗМІ - це засіб регулярного та систематичного поширення інформації за допомогою мережевих мультимедійних технологій [52].

Аби з'ясувати особливості використання мережевих ЗМІ, потрібно проаналізувати поняття Інтернету. Його можна розглянути із технічної та гуманітарних точок зору, саме так це поняття розглядають дослідники, стверджуючи: «Інтернет – є поєднанням транснаціональних комп'ютеризованих мереж, які працюють за протоколами, поєднують різні види комп'ютерів і фізично передають дані телефонними дротами та оптичним волокном через супутники та радіо-модеми тощо. Під протоколами розуміється зведення конкретних правил, яке дозволяє передавати ті чи інші дані» [15].

Таке визначення характеризує Інтернет з технічної точки зору, з гуманітарної Інтернет представляє файлообмінні мережі, веб-радіо, IP-телефонію, електронну пошту, віртуальні платіжні системи та систему обміну повідомленнями. Окрім того, Інтернет доступний через комп'ютери та є

фондом інформації, частиною глобальної системи, пов'язаних між собою комп'ютерних мереж.

М. Чабаненко наголошує на тому, що інтернет дає журналістові багато переваг, серед яких:

- подача розгорнутого тексту із аналізом події без суворого обмеження щодо обсягу (ліміт кількості знаків встановлюється лише з міркувань гармонії верстки веб-сторінки, але завжди можна створити ще одну веб-сторінку, якщо тема повідомлення актуальна і заслуговує ексклюзивного ставлення, чого, наприклад, газета в більшості випадків собі дозволити не може);

- поруч із текстами розміщувати аудіо –відеоматеріали та фотознімки;

- робити гіперпосилання на інші тексти в Мережі, які доповнюють чи роз'яснюють повідомлення, пропонувати прочитати про цю ж подію в інших варіантах;

- стежити за реакцією аудиторії, постійно контактувати з нею, хоч і цілодобово;

- буквально в будь-який час оновлювати публікації;

- вести доступний для користувачів архів повідомлень [74, 68-69].

На думку В. Недбай, якщо порівнювати Інтернет із іншими засобами масової інформації – традиційними, то до них можна віднести такі переваги:

мультимедія - інтернет має можливість об'єднати звукові, візуальні, друковані та відео-аспекти інших засобів масової інформації, пересилання листе через електронну пошту нижча від пересилання за допомогою звичайної пошти;

персоналізація - Інтернет забезпечує необхідною інформацією на будь-якому рівні зацікавленості окремої людини або груп людей; у цьому випадку доставка може бути забезпечена відповідно до переваги користувачів через персоналізацію змісту, розсилання електронною поштою й кабельним телебаченням;

інтерактивність - Інтернет пропонує діалог, а не монолог, який передбачається традиційними ЗМІ. Взаємодія, діалогу і зворотнього зв'язку між

мільйонами користувачів можливі через електронну пошту, інформаційні форуми, табло, чати й телеконференції;

відсутність посередників - Інтернет дає можливість прямого доступу уряду до населення й навпаки, населення до влади, без втручання й маніпуляції з боку ЗМІ [278].

Якщо взяти до уваги законодавчу базу України, то, на жаль, на сьогоднішній день проблеми розвитку та використання Інтернет-ЗМІ практично не висвітлюються в ній. Згідно Закону України «Про інформацію» (ст. 20), під масовою інформацією розуміється друкована та аудіовізуальна інформація, яка поширюється публічно. Друковані засоби масової інформації - це періодичні друковані видання (преса), тобто газети, журнали, бюлетені і т.д., а також разові видання з визначеним тиражем.

До аудіовізуальних ЗМІ відноситься телебачення, радіомовлення, відеозапис, звукозапис [20].

Можна стверджувати, що в цьому Законі не йде мова про мережеві засоби інформації, до яких входять веб-сайти, що є частиною мережі Інтернет і основне призначення яких поширення масової інформації та здійснення масової комунікації. Так, веб-сайти можуть належати фізичній або юридичній особі, незалежно від географічної чи національної приналежності та можуть бути розташовані в будь-якому сегменті глобальної мережі [3].

Віртуальні журнали, онлайн-видання, електронні версії друкованих газет та журналів, а також форуми, інформаційні сайти, віртуальні щоденники можна віднести до основних мережевих засобів інформації. Хоча останні засоби інформації можуть мати характеристику таких особливостей, як подача неперевіреної або перекрученої інформації чи зазвичай суб'єктивний погляд на проблеми однією особою або групою осіб. До того ж Інтернет-ЗМІ можуть бути тільки мережевими виданнями або Інтернет-версіями традиційних засобів масової інформації, що належать державі, медійним, політичним групам або бізнес-структурам та повністю незалежні ЗМІ [53].

Інтернет-журналістика один із різновидів журналістики, що передбачає розповсюдження журналістських матеріалів мережою Інтернет. Тотожними є назви веб-журналістика», «онлайн-журналістика» та «мережева журналістика».

По-перше у вузькому значенні інтернет-журналістикою є матеріали опубліковані в онлайн-медіа, тобто в самостійних онлайн-виданнях або мережових версіях традиційних ЗМІ.

По -друге у широкому значенні інтернет-журналістика включає в себе соціальні медіа, блоги та інші засоби масової комунікації використані в Інтернеті.

Мережеві об'єкти, до яких належать інтернет-видання, блоги, інтернет-радіо, індивідуальні авторські проекти , інтернет-ТБ, новинні агрегатори, дайджести й інші елементи інтернет-медій. Проте поняття «інтернет-ресурс» широкіше. Воно виходить за межі того, що вважають журналістикою.

А. Гладков вважає, що сьогоденні друковані ЗМІ використовують інформацію з мережі Інтернет для створення матеріалу, особливо це стосується регіональних онлайн-ЗМІ. Головну роль відводиться складовій інтернету – архіви (фотоматеріали, відцифровані друковані видання, відео).

Якби в мережі не було б архівів, навіть при найсучасніших можливостях обміну інформацією, вона б була звичайним засобом зв'язку і не більше [7].

Так, можна погодитись з думкою американського вченого Г. Лассуелла, який стверджує у своїх дослідженнях, що є три основні функції, які виконують соціальні комунікації, та які можна віднести до електронних засобів масової інформації:

- вони контролюють навколишню дійсність; [2].
- виступають засобом кореляції відношення різних соціальних суб'єктів як до дійсності;
- дозволяють наступним поколінням передавати культуру (цінності, норми, традиції, знання) в часі [2].

Можна стверджувати, що одним із особливостей розвитку онлайн-видань є те що вони виникли на кілька років пізніше, порівнюючи з Заходом. Протягом

усього часу вітчизняні ЗМІ змінювалися, як характер журналістської роботи до яких входять переваги такі як : інтерактивність, гіпертекстуальність та інтерактивність у першій половині 2000-х років застосовувались недостатньо. У другій половині 2000-х років вони застосовуються вже у прийомах роботи з інформацією, на основі зібраного досвіду. Публікація містить заголовки та джерела, які оформлені у вигляді гіперпосилань та з коментарями , поруч із аудіо-та відеоматеріалами подаються тексти, а слайд-шоу слугують анонсуванням свіжих повідомлень.

Не рідко можна помітити те що онлайн-ЗМІ мають модулі опитування форумів користувачів разом із блогами журналістів [16].

У своїх спостереженнях деякі дослідники роблять висновок що: аудиторія Інтернет-ЗМІ мож мати широке коло спілкування між самими журналістами та собою: розмова про окрему публікацію або передачі, відповіді на запитання редакції та заповнення анкет , відсилення питань в редакцію і конкретним журналістам , участь у рейтингових оцінках матеріалів, оцінка роботи редакції або каналу в цілому, обговорення актуальних соціальних проблем, висловлювання стосовно пропозицій відносно персонажів майбутніх публікацій та тем, а ще публікація власних матеріалів [20].

М.Чабаненко зазначає, що на відміну від преси поновлення матеріалів онлан-ЗМІ відбувається нерівномврно: переважно аналітика та публіцистика довго залишаються в незмінному стані, а інші навпаки оновлюються на постійні основі. [74, 70-71].

Конкурентноспроможність між окремими інтернет-ЗМІ впливає на те, що перейти читачеві з одного сайту до іншого дуже легко - достатньо зробити клік мишею. [74, 70-71].

Можливість максимальної індивідуалізації стосунків із аудиторією є однією із специфічних рис та переваг журналістики в інтернеті. Спостерігати за кількістю кліків на публікаціях, переглядом сторінок і відповідно реагуванням, дізнаватися про індивідуальні забаганки користувачів, пристосовуючи контент до смаків аудиторії. За індивідуальним засмовленням, навіть змінювавши

інтерфейс головної сторінки можна влаштувати розсилання вибіркового новин на поштові скриньки постійних користувачів (так інколи практикують великі інформаційні портали) » [74, 70-71].

На думку І. Нарчіса Крецу, М.Гузун та Л.Василик онлайн-журналістика відрізняється від класичної такими ознаками:

1. актуальність;
2. безмежність;
3. широке охоплення;
4. нелінійність;
5. мультимедійність;
6. інтерактивність;
7. своєрідність жанрової системи;
8. блогінг. [35, 60].

Основні вимоги до створення мультимедійної історії:

- задум;
- різні елементи інформації;
- розміщення на технологічній платформі, яка дає можливість переглядати кожен елемент у доступній формі;
- наявність факту, навколо якого все формується;
- професійна команда [35, 60].

Отже, нові медіа та Інтернет-ЗМІ в сфері комунікації, і зокрема політичної комунікації здатні виконувати функції пропаганди, агітації та організації та входити у сферу діяльності традиційних засобів масової інформації, а не бути лише джерелом інформації.

Інтернет є комунікаційним простором в якому на сьогодні існують медіапродукти, які в якійсь мірі є альтернативою традиційним медіа.

Мережеві ЗМІ виконують інформаційну, комунікаційну, мобілізаційну, інтеграційну та інші функції, які є важливими в наш час інформаційного суспільства.

Можна стверджувати, що вітчизняні Інтернет-ЗМІ перебувають на стадії розвитку, тому це питання потребує більш ретельного вивчення науковцями, які працюють у різних галузях науки, серед яких психологія, соціологія, політологія, культурологія, комп'ютерні технології тощо.

Отже, до новітньої системи ЗМІ входить шість принципів – це інтерактивність, мобільність, обіг, можливість взаємозв'язку, повсюдність і глобалізація. Відразу видно, що йдеться про властивості, притаманні, насамперед, Інтернету. Нова глобальна система мас-медіа – дещо більше, ніж просто сума багатьох ЗМІ, вона становить знаряддя революційних змін у сучасному суспільстві, це сила, наслідки появи якої ще не повністю усвідомлені: люди, які жили на початку XVIII ст., не уявляли для себе політичних змін, які були б викликані поширенням фабричного виробництва, і на сьогодні неможливо уявити, що може статися з політикою, які виникають на наших очах, під впливом нових ЗМІ [142].

М. Чабаненко вважає, що Інтернет обумовив не лише зміни в щоденній роботі журналіста, а й появу цілком окремого напрямку в професії. Інформаційне середовище вебу дає нові багаті можливості щодо створення, презентації і поширення медіа-продукту, поєднання яких є унікальним, відповідно і журналістська робота в Інтернеті є особливою [22].

У середовищі Інтернету конкуренція значно вища ніж конкуренція традиційних ЗМІ.

Отже, можна стверджувати що Інтернет-видання найоперативніші з усіх ЗМІ. Це, з одного боку, добре для користувачів Інтернету: зі свіжими новинами на веб-сайті можна познайомитись будь-коли протягом 24 години на добу, тоді як телебачення і радіо такими перевагами не відзначається, не говорячи вже про пресу.

1.2 Вимоги до побудови новин онлайн-медіа

Новини в онлайн-медіа мають можливість для більш оперативного оновлення інформації та впливу на життя суспільства, комунікації, суспільно-політичної активності, трансформуючи структуру інформаційного споживання.

Зміст новини завжди формується одним коротким реченням – заголовком. Якщо для уточнення новини потрібно ще речення, можливо додати лід, який допоможе зорієнтувати читача в змісті матеріалу. Лід розміщують після заголовку й перед основним текстом. Але він не дублює заголовок, а лише доповнює його.

Стосовно заголовку то він має бути лаконічним, саме від того, як журналіст його подав, залежить, чи будуть читати матеріал у стрічці новин на сайті, чи знаходитимуть його через пошукові сайти або ділитимуться у соціальних мережах.

А. Захарченко у подачі заголовків наголошує на те, що в заголовках мусить бути дія, динаміка. В 90% випадків є і підмет і присудок. Наприклад, один із членів речення можна випустити замінивши присудок знаком тире або використати безособове речення. Зрідка буває, що в ролі присудка виступає прислівник: «В Донецьку нарешті тихо». Проте можна сказати, що читачів не цікавлять заголовки, які складені із фразеологізмів або загальних фраз та особливо тих, що не дають уявлення про подію.

Типовими прикладами газетних конструкцій на зразок «Війна за людей», «Угода – заручник», «Зупинили колесо історії» – не говорять нічого читачеві і ні до чого не спонукають. Використання таких заголовків може бути, в тому випадку, якщо на першій сторінці є підзаголовок, який розповідає читачеві про зміст статті. Але сподіватися, що той помітить напис дрібним шрифтом, не завжди виправдано [85].

У середньому новинний текст з 406 абзаців. Звичайно, буває менше (новина про якусь незначну подію без подробиць), іноді - більше (складна новина з поясненнями). Наприклад, уявити піраміду, на стільки шматочків, скільки у нас абзаців і перевернемо її. Найголовніше в такій піраміді —

масивна основа, яка опинилася нагорі. Це заголовок, сама важлива частина новини та перший абзац. З них можна дізнатися, що, наприклад, у Росії новий президент, або про те що в Іраку повісили друзів Саддама Хусейна. Перший абзац обов'язково розкриває докладніше заголовок [23].

Також є різні прийоми складання ліда. Наприклад, М. Шостак виділяє такі види: «лід-оповідання, лід-тимчасове умовчання, лід-цитата, лід-говорящі подробиці, лід-струс, лід-стаккато, провокуючий лід, лід-питання або пряме звернення та інші» [10].

Як зазначає Л.М. Майданова, «членування на главки нерідко прямо відбиває специфіку життєвого матеріалу, використаного журналістом. Наприклад, якщо текст складено з оповідань різних людей про кілька самостійних, не пов'язаних одна з одною подій, об'єднаних лише авторською думкою, главки відбивають це членування матеріалу» [10]. І далі: «...главки дозволяють автору відобразити смислове членування матеріалу, встановлене відповідно до потреб передачі задуму. Це додатковий спосіб, що володіє власними специфічними можливостями вираження смислових одиниць відтінків. Частина за допомогою заголовків фіксують або перебіг події, або перебіг авторської думки. Останній стає особливо виразним, якщо заголовки відбивають тему і навіть основну думку чергової главки»[11].

Новинний текст має відповідати на п'ять головних питань – Хто?, Що?, Де? Коли?, Як?, Чому? .

Негативна інформація теж інформація. Крім того, рішення зізнатися у відсутності деталей підвищує алертність редактора — цілком можливо, що у сусідньому ЗМІ подробиці вже розкопали, отже, спрацювали краще. Наступного разу редактор, який взяв на себе відповідальність за «Дірку», шукатиме краще [25].

Бекграундом є доповнення в необхідності додаткової інформації. Як стверджує А. Амзін бек розташовується не вище перших двох-трьох абзаців матеріалу, пов'язуючи новину з тим, що було відоме раніше або відбувалося.

Мікроштампи заголовка роблять це частково "передвиборча гонка" налаштовучи на заяви ЦВК, відвертість політиків, "битцевський" маніяк" [26].

Бек робить роботу новинника особливо цікавою. Фактично, сухі рядки бека дозволяють керувати громадською думкою. Наприклад, якщо Ксенія Собчак вийде заміж за репера, саме від бека та контексту залежатиме те, як сприймуть цей шлюб читачі вашого видання [26].

А. Амзін стверджує що є журналістка факту та журналістика думки.

У першому випадку автор намагається бути об'єктивним, у другому — викладає свою думку про те, що відбувається. Новини здебільшого — це журналістика факту. Висловлювати у тексті своє ставлення до дійшових осіб, а також переосмислювати наявні дані новинному журналісту категорично заборонено.

Все починається з правильного заголовка, який слід розкрити в першому абзаці. У другий абзац йдуть подробиці, докладний виклад підзаголовка або другого приводу новин (у даному випадку - непроходження п'ятивідсоткового бар'єру). У третьому абзаці можна розпочинати писати бек, а четвертому — продовжити [28].

Як стверджує А. Амзін хороша новина має низку властивостей. Якщо таких властивостей не простежується, їх можна новині додати.

1. Зробіть її привабливою. Напишіть добрий заголовок. Виберіть цікавий привід новин.

2. Новина - одноразовий предмет. Читачі не звикли використати її багато разів. Гарно написане повідомлення задовольняє інтерес з першого разу і не потребує перечитування.

3. Розділіть текст на пов'язані один з одним частини. Ніхто не споживає новину залпом, одним величезним абзацом чи, як кажуть англійці, «стіною тексту».

4. Дайте читачеві можливість перевірити джерела. Залишіть на них у тексті додаткові посилання та вказівки. Широко використовуйте гіперпосилання.

5. Позбавтеся в тексті новин від довгих пропозицій. Поставляйте читачеві інформацію легко осмислюваних фрагментів. Подумайте, чи не можна замінити коми на крапки.

6. Пройдіться по конструкціях-паразитів. У добре скомпонованій новині мінімум вступних слів та оборотів. Подивіться свої тексти.

- 1) має бути;
- 2) можливо;
- 3) в такий спосіб;
- 4) однак;
- 5) те, що;
- 6) крім того/до того ж;
- 7) до речі;
- 8) зокрема/наприклад/так [30].

Онлайн видання це потік потужної конкуренції, які пов'язані між собою з різноманітними сайтами. М. Дезе вважає ознаками гарного інтернет видання оригінальний контент – свої матеріали, а не передруковані; добрі ілюстрації; наявність архіву номерів; участь аудиторії в обговореннях матеріалів; вдале структурування контенту; проста система навігації сайтом; дошка оголошень; мультимедійність (конвергенція різних засобів) ; надання користувачам можливості надсилати електронні повідомлення, а також отримувати інформацію на замовлення [281].

На думку О. Самуляк, перша унікальна риса, яка належить тільки Інтернет-медіа, — це гіпертекстуальність.

Зазначає, що це неабияке значення, тому що за допомогою гіпертесту є можливість впорядкувати електронні ЗМІ, показати їхній зв'язок з внутрішньою структурою інших мереживих засобів масової комунікації, поширити палітру матеріалів даної тематики, так читач отримує змогу ознайомитись з певною проблемою та різними думками на подію і відповідно сформувані власне враження та незаангажовану думку [283].

Гіперпосилання на інші джерела підвищують якість інформації. Можна стверджувати, що гіпертекстуальність необхідно застосовувати вміло, продумано: « В інтернет просторі інформація подається у цілком інший спосіб порівняно з будь-якими ЗМІ, що існували раніше. З додаванням посилань на зовнішню інформацію більшість веб-сторінок стали нелінійними - вони заохочують вас накреслити свій власний шлях, захопити один із аспектів події і заглибитися в нього. У ХХІ сторіччі успіх матимуть ті репортери, котрі зможуть пристосувати свою манеру написання матеріалів до нових способів читання. Це доволі тяжке завдання вимагає навиків переосмислення структури матеріалу та володіння оповідними техніками [146].

К. Вейлер відносить гіпертекст не тільки до нелінійного зв'язку в межах одного типу інформації, але й охоплює нелінійне об'єднання в мережі різних типів інформації . Такий гіпертекстовий простір можливий лише на основі технології. Текст є якоюсь субстанцією, що поєднує різні одиниці інформації, як, наприклад, динамічні зображення, мова, звук тощо, а не тільки несе в собі просту форму написання літер у словах і слів у реченнях.

Онлайн-журналістика також активно використовує "гіпертекстовість". Гіпертекст реалізує нелінійний зв'язок у межах одного типу інформаційного носія (текстових документів), а й у нелінійному мережевому об'єднанні різних типів інформаційних носіїв (наприклад, тексту й аудіозапису).

Створення гіпертекстового простору потребує застосування мультимедійних технологій. У той же час мультимедіа аж ніяк не є "вищим ступенем гіпертекстовості", це інформаційно-технологічне втілення гіпертекстової структури (27). Звідси випливає: у журналістиці "нові якості" повинні працювати на того, хто пропонує інформацію в онлайн (наприклад, на журналіста); сюди ж відносяться здатність до виготовлення пов'язаних посиланнями смислових частин інформаційного простору, а також аналіз та коментування паралельних "нових, віртуальних" контекстів [28].

М. Лукіна та І. Фомічева стверджують, що: «Базова відмінність гіпертексту в світовій павутині полягає в тому, що цей зв'язок між окремими

текстами здійснюється в єдиному середовищі, а це дозволяє читати текст не тільки на одному рівні, як на папері, але завдяки внутрішнім і зовнішнім посиланням переглядати його вглиб. Це, безперечно, розширює інформаційні можливості не тільки виробників медіа-продукту, але і його споживачів. Посилання на різноманітні джерела, виконані в гіпертекстовому режимі, надають першу унікальну можливість підвищити якість інформації, а саме її повноту і достовірність, другим — скористатися альтернативними джерелами і самостійно брати участь в інтерпретації фактів, приходити до власних висновків» [3].

На думку С. Машкова, формулюючи професійні вимоги до інтернет-журналістів, необхідно володіти комп'ютерною технікою та інтернет-технологіями, зокрема: «вміти користуватись текстовими редакторами для набор і правки текстів, сучасною цифровою технікою, такою як цифрові фото і відеокамери, комп'ютер, принтер, сканер; вміти користуватись інформаційними ресурсами Інтернету і всіма його численними сервісами, починаючи з електронної пошти; знати особливості комунікації в Інтернеті; мати здатність аналізувати й опрацьовувати (структурувати певним чином) великі масиви інформації; прагнути вдосконалювати свої знання; володіти іноземними мовами – принаймні основами англійської; у зв'язку з великою кількістю недостовірної інформації в Інтернеті; володіти критичним мисленням і вмінням перевіряти факти дійсності» [136].

Р. Крейг наголошує на тому, щоб досягти успіху в інтернет-журналістиці, потрібно вміти робити багато речей. «Необхідно володіти традиційними журналістськими навичками, однак у пригоді стануть і знання HTML, і верстки, і засобів мультимедіа, і ще багато чого іншого... зазвичай випускника коледжу, який отримує роботу репортера в інтернет-ЗМІ, часто беруть на роботу не репортера, а контент продюсера.

До кола його обов'язків належить редагування, пошук інформації, написання заголовків, верстка і багато іншого» [114].

На цьому ж наголошує і О. Самуляк .

В контексті Ієтернету гіпертекст варто розглядати як спосіб електронного подання текстових матеріалів зі складною структурою. Гіперпосилання є основною ідеєю гіпертексту, під час вибору якого відбувається автоматичне переміщення до тієї частини документа, на яку вказує гіперпосилання. Мова формату html (Hypertext Markup Language), представлена у мережі, забезпечує миттєвий перехід від одного тексту до іншого, і досить часто цей процес є безкінечним [238].

А. Качкаєва наголошує на одному із принципів онлайн новин як релевантності. Принцип релевантності передбачає, що пріоритетність розміщення новин у випуску новин на телебаченні, на газетну смугу і т.д. залежить від важливості цих новин. Які ж критерії цієї значущості? Як показує практика, вони також індивідуальні та залежать від аудиторії, на яку ЗМІ орієнтується, а також від власних уявлень редакторського колективу ЗМІ про значущість того чи іншого події. Принцип релевантності відбивається і текстах новин. З погляду цього принципу, менш значуща інформація та деталі події можуть бути розміщені ближче до кінця матеріалу, а значніші наслідки та події - на початку. Це зроблено для того, щоб читач міг у будь-якій момент не дочитати публікацію, але при цьому скласти своє уявлення про подію. Таким чином, маючи новини в порядку їхньої значущості, ЗМІ формують «порядок денний», то є створюють важливість певних подій у суспільстві [31].

«Всесвітня павутина» дає журналістові змогу:

- подавати розгорнутий текст із глибоким аналізом події без надто суворого обмеження щодо обсягу (ліміт кількості знаків встановлюється лише з міркувань гармонії верстки веб-сторінки, але завжди можна створити ще одну веб-сторінку, якщо тема повідомлення актуальна і заслуговує ексклюзивного ставлення, чого, наприклад, газета в більшості випадків собі дозволити не може);
- поміщати поруч із текстами фотознімки, аудіо- та відеоматеріали одночасно;

- робити гіперпосилання на інші тексти в Мережі, які доповнюють чи роз'яснюють повідомлення, пропонують прочитати про цю ж подію в інших варіантах;

- стежити за реакцією аудиторії, постійно контактувати з нею, хоч і цілодобово;

- буквально в будь-який час оновлювати публікації;

- вести доступний для користувачів архів повідомлень.

І це не весь перелік веб можливостей, які забезпечують цінність способу роботи з медіаінформацією. При тому що цій галузі щодня з'являється щось нове – інтернетні та комп'ютерні технології розвиваються надзвичайно інтенсивно [68].

До веб-ресурсів, які обов'язково належить знати рядовому журналістові, слід віднести сайти установ державного управління території, що підлягає висвітленню, а також різних довідкових видань (на кшталт «Золотих сторінок України» goldpages.com.ua), відомих інформаційних агентств – «УНІАН» unian.net, «Укрінформ» ukrinform.com.ua, «РБКУкраїна» rbc.ua тощо.

Останнім часом важливого значення набула співпраця журналістів із соцмережами, де накопичується багато відомостей про найрізноманітніших людей і події. ЗМІ застосовують соцмережі:

- 1) як цінне джерело інформації;

- 2) як спосіб наведення контактів із потрібними людьми та спілкування з ними;

- 3) як засіб передачі медіа-повідомлень в редакцію замість електронної пошти (наприклад, за допомогою мініблогів у «Twitter»);

- 4) як веб-майданчик для згуртування прихильників ЗМІ, утворення відповідної спільноти;

- 5) як інструмент промоушену власного ЗМІ. Відповідно, кожному журналістові необхідно знати всі популярні соціальні мережі («Facebook», «LinkedIn», «Однокласники», «ВКонтакте»), вміти користуватися ними – як узагалі, так і з професійною метою. Крім того, слід пам'ятати, що деякі люди

віддають перевагу мало відомим нішевим соцмережам (вузької спрямованості), яких на сьогодні з'явилося вже чимало [63].

На думку А. Захарченка, для онлайн новин важлива можливість побачити. Якщо у вас є зображення, які проілюструють ваш матеріал – розмістіть їх у тексті. Якщо немає – принаймні спробуйте їх знайти. Тільки не забудьте спитати дозволу у власника фото і вказати джерело. Візуальна інформація, як відомо, сприймається швидше і легше за текстову. Галереї, інфографіка та інші матеріали, які можна розглядати, збільшують час, проведений вашим читачем на сайті. А це цінується рекламодавцем [23].

Більшість дослідників оригінальною рисою онлайн нових ЗМІ вважають інтерактивність. Мабуть, не зовсім коректно було би вважати, що інтерактивність непритаманна іншим ЗМК, адже по суті на радіо чи телебаченні вона реалізується через студійні опитування, дзвінки в ефір, редакції преси постійно отримують листи від читачів. Р. Ньюман писав таке про інтерактивні ЗМІ: “Інтерактивність — це нова властивість електронних засобів комунікації, що характеризується зростанням контролю над комунікаційним процесом як з боку комунікатора, так і з боку реципієнта (глядача). Прототипом інтерактивного процесу є звичайна розмова між двома людьми. Кожен його учасник може перебити іншого, змінити свою точку зору, висловити нову ідею. Це відрізняє інтерактивні ЗМІ від традиційних, не інтерактивних, у яких спілкування йде односторонньо від комунікатора до масової аудиторії з дуже обмеженими зворотними зв'язками, як листи в редакцію й рейтинги” [108].

Виділяють чотири основні конфігурації інтерактивності з точки зору спрямованості дій учасників комунікаційного процесу:

- 1) від одного — до одного (наприклад, можливість користувачеві написати по електронній пошті лист журналісту чи редактору);
- 2) від одного — до багатьох (наприклад, журналіст / редактор / модератор розсилає електронний лист, використовуючи лист розсилки);

3) від багатьох — до одного (наприклад, коли користувачі мають можливість поставити питання конкретної персони: “задай питання президенту/депутатові/ письменнику і т.п.”, інтерв’ю);

4) від багатьох до багатьох (наприклад, участь у форумі) [35].

А. Захарченко також наголошує на структурі соціальної мережі Цінність комунікаційної мережі залежить не від кількості учасників, як у випадку класичної трансляційної мережі, наприклад, радіо або телебачення. Для мережевої структури важлива кількість зв’язків між її учасниками.

Дослідники соціальних мереж в інтернеті виявили, що після реєстрації люди потрапляють до однієї з трьох зон:

- Зона однаків, що мають мало зв’язків.
- Великий центр, більша частина учасників якого тісно пов’язані одне з одним.
- Периферія – окремі групи пов’язаних між собою вузлів, але без зв’язків з усією іншою мережею. Такі групи з часом можуть долучитися до великого центру [67-68].

Вчені виділяють три рівні медіа як засобів комунікації:

Перший рівень включає безпосередні засоби комунікації, якими людина може користуватися і якими він наділений від природи або в процесі соціалізації. Сюди можна включити мову, писемність, образотворче мистецтво, музику тощо. - словом все те, що вимагає безпосередньо людини.

Медіа другого рівня передбачають використання якогось технічного «медіуму», що відтворюється для великої кількості людей, тобто носіїв комунікації. І сюди саме включають телебачення, друк (у тому числі книго чатування в ранніх формах), кінематограф і т.д.

Медіа третього рівня є якраз мультимедійні форми, які за допомогою цифрового відтворення відомості об’єднують медіа першого рівня з медіа другого рівня (Jensen, 2007, pp. 3-4) [42].

Як зазначає А. Качаєва, мультимедіа з’явилося давно, з появою писемності [23].

Жест (з'явився раніше за всіх в епоху перших родових громад та перших спільних поселень людини) кодує інформацію конкретну і відноситься до даного моменту.

Мова (з'явилася пізніше для активних комунікацій всередині родових спільнот) кодує інформацію, в тому числі абстрактну (переживання, спогади тощо).

Зображення (з'явилося з першими наскальними малюнками) являло собою спробу зафіксувати для майбутніх поколінь інформацію. Це перший матеріальний носій інформації.

Музика (з'являється майже одночасно з промовою) у свій час, тобто ритуальні танці, гімни і т.д. являли собою спосіб комунікації. Сьогодні музика значною мірою втратила спосіб комунікації і використовується в першу чергу як спосіб отримання естетичної насолоди, а не інформації.

Писемність (з'являється, по суті, з утворенням перших централізованих держав Стародавнього світу) дала початок культурі, оскільки дозволяє зберігати інформацію для нащадків і накопичувати її [14].

Говорячи про мультимедіатизацію ЗМІ, правильно буде згадати ще один термін - "конвергенція". Найчастіше, вживаючи цей термін, наводять цитату відомого американського вченого – професора Массачусетського технологічного університету Ітьєля де Сола Пула.

Норвезькі вчені Андерс Фагерйорд і Танья Сторсул найповніше висловили цей термін конвергенції, виділивши щонайменше шість її інтерпретацій.

Кожна з цих інтерпретацій розглядає особливий аспект медіаконвергенції.

Отже, конвергенція мереж передбачає перетворення аналогового сигналу в цифровий, роблячи, таким чином, абсолютно байдужими, які дані та який вид комунікаційного повідомлення транслювати. Прикладом тут може бути поява сучасних цифрових кабельних телевізійних мереж, які дозволяють транслювати не тільки телевізійну картинку, але і, наприклад, комп'ютерні дані,

предоставляючи доступ до Інтернету, а також до телефонного цифрового зв'язку.

Конвергенція терміналів передбачає об'єднання колись різних пристроїв в єдиний мультифункціональний пристрій призначене для прийому та споживання інформації. Зрозуміло, що конвергенція терміналів стає можливою завдяки конвергенції мереж, тобто тому, що цифровий контент може бути будь-яким видом комунікації. Комп'ютер, безумовно, став таким конвергентним терміном брут. Однак до них належать і сучасні долонні міні-комп'ютери, і ноутбуки, і багатофункціональні телевізори, що дозволяють не тільки дивитися кабельні канали по телевізору, але й отримувати доступ до Інтернету, гортаючи електронні газети на екрані телевізора.

Конвергенція послуг передбачає, що на базі цифрових мереж і терміналів з'являються спільні послуги, абсолютно різні за своєю суттю, але надані одним і тим же "електронним" способом. Сюди відносяться служби коротких повідомлень у мобільній телефонії, чати, блоги та інші види послуг, а також послуги доступу до електронної пошти через телевізор за допомогою пульта до телевізійної приставки.

Конвергенція ринків впливає безпосередньо з конвергенції терміналів, мереж та послуг і призводить до того, що телекомунікаційні компанії сьогодні активно впливають на медіаринок (відкриваючи власні телеканали, наприклад), свідчення чому ми постійно знаходимо у нових угодах, у ході яких компанії телекомунікаційного ринку зливаються з компаніями медіаринку (наприклад, злиття концерну «Time Warner» та інтернет-провайдера AOL).

Конвергенція жанрів і форм передбачає, що в результаті поєднання різних медіаплатформ (друкованих ЗМІ з телевізійними на базі інтернет-порталів) жанри, раніше властиві якійсь одній медіаплатформі, проникають та асимілюються з іншими (наприклад, виникло поняття "Інтернет-колонка").

Конвергенція регулювання безпосередньо впливає з конвергенції ринків, оскільки внаслідок виникнення спільних ринків, влада вводить регулюючі процедури, загальні для всіх цих великих ринків.

Конвергентна редакція – це перспективна форма та нова модель діяльності журналістського колективу. Вона дозволяє зробити роботу журналістських кадрів більш оперативною, організованою і продуктивною. Конвергентна редакція дозволяє готувати більш повноцінні матеріали, поєднують в собі глибину газетної журналістики, емоційність відео і онлайн-інтерактивність [194].

Так, перехід конвергентних редакцій, де будуть працювати лише мультимедійні журналісти, добре, але дослідники А. Качкаєва та І. Кирія бачать у цьому таке: «Проблема переходу до мультимедійності принципово полягає в тому, що такий перехід супроводжується змінами традиційних обов'язків журналістів та редакторів в новій структурі, а це, в свою чергу, як будь-яка реорганізація, пов'язане зі складнощами управлінського характеру – як зробити так, щоб співробітники за ті ж гроші (або майже за ті ж) виконували інші завдання, мали інший статус та підпорядковувались іншим керівникам» [57].

Проте на практиці цієї проблеми непомітно, адже журналісти працюють та вдосконалюють свій професіоналізм. Так, об'єднавши всі підрозділи в конвергентну мультимедійну редакцію, побудовану на основі принципу «відкритого простору», фізично помістивши всіх виробників контенту разом, таким чином змогли об'єднати і уніфікувати процеси планування і логістики [15, с. 204]. У підсумку це призвело до серйозної зміни процесу виробництва новин. Кореспонденти, які створювали тексти, звичайно, не перетворилися в професійних фотографів, а більш-редактори не стали випускати текстові новини на стрічку, але у рядових журналістів відбулося різке розширення уявлення того, де, як і хто може використовувати їх контент. Якщо раніше люди, які пишуть, не хвилювалися, як буде проілюстрована їх новина, то зараз вони стежать за цим, і якщо не можуть зробити фото самі, то підказують, де і яку ілюстрацію краще знайти і поставити [66].

Зі слів Т. Вульфа, Л. Шутяк виділяє чотири основних прийоми, властиві стилістиці журналісту нового покоління:

1) вибудовування матеріалу сцена за сценою, коли оповідь раптово переходить від одного епізоду до іншого, без довгих історичних екскурсів;

2) обов'язкова присутність репортера на місці події, детальна фіксація діалогів персонажів, що дає змогу якнайкраще розкрити їхню особистість через мовлення;

3) принцип “хамелеона”: можливість подивитися на певне явище очима його учасників, постійна зміна точки зору, коли журналіст дозволяє собі втрутитися у внутрішній світ очевидців події;

4) опис жестів дійової особи, її характеру, звичок, манери розмовляти, інтер'єру, де відбувається подія тощо [112].

Фахівці, які працюють у найвпливовіших зарубіжних ЗМІ, створили список навичок, якими повинен володіти універсальний журналіст. Та у багатьох статутах конвергентних засобів масової комунікації міжнародного рівня, таких як BBC, прописано, що фахівець повинен одночасно вміти:

- Писати матеріали для інтернет-видань, сценарії для телевізійних сюжетів та тексту для аудіоподкастів. Адже зі всіма цими навичками журналіст не раз буде користуватися при створенні публікацій. І всі ці складові дуже важливі для сучасного ЗМК.

- Перевіряти факти та знати інструменти фактчекінгу. Для того, щоб кожен факт і цитата не спотворювали загальний текст та вся інформація будувала реальну картину для суспільства. Та кожен журналіст повинен пам'ятати, що тільки він несе відповідальність за опубліковані ним факти.

- Вести прямі текстові та відеотрансляції. Одна з переваг Інтернету – це оперативність та мобільність подання інформації, саме тому дуже важливо швидко оприлюднювати факти та деталі події, а всі можливості для цього у Інтернету є, тому кожен журналіст повинен вміти одразу писати чи транслювати інформацію.

- Знімати відео, працювати в кадрі, начитувати закадровий текст, займатися монтажем, фотографувати та здійснювати панорамну зйомку. Все це необхідно для ширшого висвітлення події, подати інформацію з усіх ракурсів,

щоб у респондентів не було навіть думки, що їх можуть обманювати. Як зазначалося раніше, відео – це найдостовірніший формат подачі матеріалу, але за умови, що воно є гарної якості та зняте на професійному рівні.

- Створювати інтерактивний контент. Сучасна аудиторія інтернет-ЗМІ хоче не тільки отримувати інформацію, але й створювати її, саме тому інфографіка, тести, опитування чи різні ігри вже стали невід’ємною частиною побудови матеріалів.

- Працювати з базами даних. Вже декілька років викладається окремий курс «Журналістика бази даних», де навчають журналістів працювати з архівами, різними бібліотеками та базами даних, де можна почерпнути різну корисну інформацію для побудови власного матеріалу чи навіть журналістського розслідування.

- Працювати у соціальних мережах. Кожен журналіст повинен розумітися не тільки на трендах сучасної молоді, але й наслідувати їх. Таким чином, збагачуючи аудиторію власного ЗМК та користуватися такою можливістю, як спілкування на пряму з аудиторією.

- Знати основи програмування та HTML. Ці навички потрібні для того, щоб створити та налаштувати сайт, розуміти як він працює, як його покращити, змінити чи додати якійсь модуль. Це дуже корисно при мультимедіатизації публікацій. Адже для мультимедійних публікацій потрібні платформи, які підтримують усі існуючі формати мультимедіа. Та це допоможе захистити свій контент від зовнішніх втручань.

- Знати основи маркетингу. Ці навички допоможуть журналісти не тільки створювати контент, а й поширювати його та продавати не тільки респондентам, але й рекламодавцям [89].

М. Чабаненко стверджує що сучасний журналіст, по суті, виявляється включеним у єдину глобальну інформаційну систему. Навіть працівник малої районної газети відчуває себе зовсім інакше, ніж його колега 20–30 років тому: він може вільно шукати інформацію, героїв для своїх матеріалів хоч і по всій

земній кулі, сподіваючись, що його працю зможуть побачити в будь-якому куточку планети. Колись подібне здавалося фантастикою.

Ще одна особливість: завдяки Інтернету з'явилося багато журналістів-фрілансерів, які віддають перевагу самостійній діяльності. Саме через існування Інтернету для кар'єри окремого журналіста великого значення набув самомаркетинг (зокрема самостійна «розкрутка» за допомогою блогів).

Вертикальна ієрархія – редактор, керівник відділу, оглядач, кореспондент, репортер – не зовсім, але відчутно, поступилася схемі, в якій центральне місце посідає сам журналіст.

Працівникові будь-якого ЗМІ в наші дні необхідно вміти орієнтуватися в Павутині, яка перетворилася на безмежний океан інформації. Це може значно допомогти у здобутті інформаційних приводів, перевірці фактів, забезпеченні аргументованості матеріалів, проведенні інтерв'ю, опитування тощо. Важливо володіти прийомами швидкого й ефективного пошуку. (Для цього варто, як мінімум, ознайомитись із порадами, які пропонує один із найпопулярніших пошукачів «Google».) [61].

Інтернет-журналістика — це якісно новий вид журналістики, який поєднує в собі головні типологічні ознаки традиційних ЗМК, але окрім того наділений унікальними детермінуючими ознаками, такими як гіпертекстуальність, мультимедійність та інтерактивність, максимальне використання можливостей яких допоможе вдосконалити українську журналістику та вивести її на якісно новий рівень [240].

Отже, новинна журналістика в Інтернеті відрізняється від її традиційних аналогів. Вона перебуває у стані розвитку, становлення та постійного вдосконалення. На думку вчених, інтернет-журналістика має ще невідомий потенціал, який подає великі надії.

1.3 Тематика новин онлайн медіа

У класифікації жанрів інтернет-журналістики існує чимало вітчизняних та зарубіжних підходів, у яких зустрічається поділ на традиційні жанри (інформаційні, аналітичні і художньо-публіцистичні) та нові:

«веб-огляд. Інтернет-читачеві важко зорієнтуватися в великій кількості матеріалу. Йому простіше почитати журналістський матеріал, в якому ця інформація добре проаналізована і структурована. Процес створення веб-огляду складається з таких етапів: збір інформації з інтернет-порталів, її аналіз, структурування, авторський супровід, коментування, публікація»;

«веб-новина (інформаційна замітка) – коротке повідомлення. Основні ознаки: лаконічність, пірамідальна структура, концентрація уваги на факті;

- онлайн-хроніка – максимально коротке повідомлення. Зазвичай це одне речення, яке подають у підбірках (блоках)»;

- «стрічка заголовків – рухома стрічка, в якій замість інформації подаються заголовки матеріалів»;

- «онлайн-репортаж – в основі цього жанру – подія в динаміці. Опис відбувається крізь призму особистого авторського сприйняття, що створює ефект присутності. Завдяки можливостям інтернету, онлайн-репортаж можуть вести безпосередньо з місця подій (стрім)»;

- «онлайн-конференція (інтернет-конференція). Багато інтернет-видань практикують таке інтернет-інтерв'ю з відомими людьми, де кожен бажаючий може приєднатися до дискусії, задати своє питання та отримати на нього відповідь»;

- «мультимедійна стаття – текст супроводжується ілюстраціями, відео, презентаціями, інфографікою, аудіо, слайд-шоу тощо»;

- фотогалерея – це традиційний фоторепортаж. Фотографії можуть розміщуватися за принципом слайд-шоу;

- «подкаст – звуковий файл, програма, діалог чи сюжет. Це окремий файл, або низка файлів, які періодично оновлюються. Подкаст може бути у вигляді

аудіо ілюстрації. У такому форматі подають цитати чи цікаві висловлювання. До різновидів подкасту належить аудіоверсія тексту»;

- «аудіослайд-шоу – поєднання фото, тексту і звуку в режимі слайд-шоу. Читач одночасно переглядає фотографії, читає підписи, слухає новину»;

- «інфографіка – візуалізація інформації (картинка, карикатури, графіки, діаграми, таблиці і т.д.)».

За ученим Пол Бредшоу жанри мають свою послідовність і поділяються на:

- повідомлення-блискавку – найоперативніша інформація, яку онлайн-аудиторія отримує миттєво;

- накид – поверховий виклад. Після виходу блискавки можна подати накид, в якому з'являються перші імена, місця і деталі;

- статтю – на цьому етапі накид перетворюється на повноцінний матеріал, готовий до публікації;

- підбірку, яка дозволяє читачу отримати максимум інформації з теми (бекграунд);

- постскрипtum. Після публікації матеріалу настає час для аналізу.

У блогосфері та на форумах з'являються коментарі.

Синтетичні жанри до яких відносять:

«- аудіослайд-програми, у найпростішому вигляді начитуються автором тексту замітки та підібраних рафій;

-записана автором відеорепліка, інтерактивна відеоколонка та інтерактивний відеосюжет - стрижневе відео;

-форма, що використовує нові інтерактивні можливості, які дає інтернет та традиційний телевізійний формат входить інтерактивний відеоміст;

-формат, який скоро може отримати широке поширення в інтернеті і бути одним із варіантів «зборки» мультимедійної статті - мультимедійне ток-шоу;

- новий формат подачі інформації, що спрощує інформаційні ігри - мультискрипт;

-інформаційні ігри;

-інфографіка » [64].

А. Захарченко наголошує що сайти поділяються на інформаційні та сервісні . До першої категорії відносяться новинні новинні, розважальні, аналітичні та інші інтернет-видання, акаунти у соціальних мережах, корпоративні сайти, акаунти у соціальних мережах, особисті блоги, агрегатори новин тощо. Вони розповсюджують регулярно або коли заманеться чужу або васну інформацію.

До другої категорії на його думку належать сервіси пошуку контактів, інтернет-каталоги, інтернет-магазини, веб-мапи, чати, тощо. Ці дві категорії частково схожі: якщо на прикладі взяти інтернет-магазини, то вони доволі часто розміщують новини своєї продкції. Інтернет-портали виконують одночасно сервісну та інформаційну функції. Facebook є сервісним ресурсом, що надає послуги створення інформаційних потоків [8].

Класифікація ЗМІ в інтернеті є різною. Їх поділяють за тими критеріями що й офлайн-медіа: тематика, масовість, комерційна модель та форма власності.

Класифікація за тематикою, традиційно, поділяє інтернет-ЗМІ на суспільно-політичні, бізнесові, культурні, спортивні, розважальні, «жовті», гумористичні видання тощо.

Щоб охопити максимальну аудиторію і запропонувати різноманітність контенту новинні портали перетворюються на інтернет-холдинги, тобто сайти різного профілю, які посилаються один на одного.

Найвідоміший приклад – холдинг «Української правди», який включає, крім основного видання, соціально-культурну «Правду життя», «Українську правду.Київ», «Економічну правду», проекти «Історична правда» та «Європейська правда», спортивний сайт «Чемпіон», жовте видання «ТаблоID» та інтерактивні підрозділи – форум УП та «Народні блоги».

До конгломерату портала Bigmir.net входять декілька тематичних підрозділів без окремих брендів: «Фінанси», «Спорт», «Техно», «Афіша» «Відео», а також жіночий портал Ivona та чоловічий MPort. форум УП.

У конгломерат порталу Bigmir.net входять декілька тематичних підрозділів без окремих брендів: «Спорт», «Фінанси», «Відео», «Техно», «Афіша» та інші, а ще жіночий портал Ivona та чоловічий MPort [10].

Розкручені інтернет портали не виділяють новин різної тематики в окремі проекти, а тільки обмежуються рубриками. Інтернет-медіа так само як і класичні поділяються за маосвістю: масові та вузькопрофільні. Видання, які назвали вище відносяться до першої категорії.

Якісних спеціалізованих інтернет-ресурсів в Україні небагато. Недостатня розвиненість рекламного ринку в мережі традиційно вважається основною причиною. Однак, останнім часом щороку вона зростала на 22-60%, та за підсумками 2013 року перевищив позначку в 1 млрд. грн.

Однак поширення інтернету в Україні за підсумками 2013 року лише на 49,8% дорослого населення залишається низьким, проти 85% у США. Засновники інтернет-проектів, котрі сподіваються на прибутки схиляються до масових проектів, не дивлячись що вони можуть бути тематичними, а не широкопрофільними.

Проте, спеціалізовані видання в деяких сферах мають комерційний успіх. Інтернет-видання є цікавими рекламодавцям з розвинених ринків, які мають значні рекламні бюджети . Інформацію про інтернет-бізнес із широкопрофільними економічними виданнями поширює блог Ain.ua. З 2013 року місячна аудиторія блогу становила приблизно 300 тисяч унікальних відвідувачів. Для масових видань це небагато, але відвідувачі – українські підприємці та опініон-мейкери котрі працюють в центрі споживачів інтернет-послуг. Наприклад, як провести час у Києві, у якому розповідає сітігайди gloss.ua, що входить до холдингу УМХ можна назвати вузькопрофільними.

До того часу, коли УМХ було куплене Сергієм Курченком ресторани, клуби та магазини Києва співпрацювали з цим сайтом, до того ж його керівництво ставило метою комерційний успіх. [10].

А. Захарченко стверджує, що третій критерій класифікації інтернет-видань є за комерційною моделлю: « Традиційно ЗМІ розподіляють на

самоокупні та дотаційні. Проте в інтернеті важко провести межу між цими поняттями. Якщо орієнтуватися лише на рекламу в її традиційному розумінні, то в умовах нинішнього українського ринку ЗМІ більшість видань не можуть вийти на самоокупність. Але часто рятують більш креативні маркетингові кроки. Наприклад, видання запускають спільні проекти з бізнес-структурами, які виступають спонсорами певних розділів. Таким чином, наприклад, працює сайт Delo.ua – одним із останніх подібних проектів є «Азбука туриста» разом із одним із відомих туроператорів. Зрештою, видання може бути окупним не саме по собі, а в рамках більшої, багатoproфільної компанії. Скажімо, як продукт івент-агентства, яке під впізнаваним брендом інтернет-ЗМІ проводить платні заходи та вручення премій. Або консалтингової компанії, такої, як «Центр транспортних стратегій», що використовує бренд однойменного сайту для просування своїх аналітичних послуг» [12].

Традиційні журналістські жанри почали змінюватися не завдяки стрімкому розвитку технологій, а перш за все через зміни потреб аудиторії, які сталися внаслідок цього розвитку. Он-лайн жанри, що в більшості своїй спиралися, та й спираються зараз, на традиційні журналістські жанри, стали відображенням нового рівня сприйняття аудиторією інформації. Так, М. Дьюз наголошує: медіа вже треба зважати на сформовані нові звички аудиторії.

Зокрема, у людей змінилися звички у читанні: вони читають менше друкованих видань, але явно більше читають в Інтернеті, особливо в разі зацікавленості у запропонованій темі; у візуальному сприйнятті: наше розуміння подій та сприйняття навколишнього світу все частіше визначається маніпуляціями з високошвидкісним редагуванням фото і відеоінформації; в слуховому сприйнятті: люди все ще слухають радіо, але набагато частіше слухають радіостанції в Інтернеті, виконуючи в цей час інші завдання, що відповідає тенденціям нашої поведінки при перегляді телепрограм; людина стає багатозаочною: сучасні користувачі продукції ЗМІ все частіше споживають інформацію одночасно з різних джерел, а саме телевізору, одночасного

перегортання журналу або газети, паралельно вводячи в пошуковий рядок браузера слова, що нас зацікавили [15-16, с.60].

Визначенню поняття жанр дають О. Калмиков та Л. Коханова, стверджуючи що це форма, в якій людині в ролі (слухача, глядача) представляється підготований матеріал. Різноманіття цих форм адекватне різноманіттю самої дійсності, що забезпечує повноту її відображення ЗМІ. Жанри журналістики мають свій внутрішній розвиток логіки, пов'язаний з освоєнням журналістикою нових проблем та розширенням інтересів [35].

На думку І.Артамової на сьогодні до еволюції жанрів приєдналася революція технологій: «Відбувається еволюція, трансформація, модернізація журналістської жанрової системи, у той же час

спостерігається розмивання жанрових та типологічних ознак, порушення жанрових законів, гібридизація форм.

Старі жанри розпадаються або видозмінюються, створюючи несподівані єдності, виникають нові, синтетичні форми» [2, 303].

С. Машкова стверджує, що: « в цілому в мережевих ЗМІ в тій чи іншій мірі представлені всі три види жанрів - інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні. Більшість мережевих ЗМІ в своїх випусках використовують інформаційні та аналітичні жанри. Так, новини спочатку оперативно подаються аудиторії, а потім, через деякий час, даються коментарі, оцінка цих подій» [47, с.21].

Блоги та веб-блоги також мають статус нового жанру, їх прототипами є авторські колонки в друкованих ЗМІ.

О. Амзін, переконаний, що на прийняття в якості стандарту новинними агенствами є жанрові форми, що беруть початок від традиційних ЗМІ: «Документальний матеріал, поради, календар подій, аналітика, ексклюзив, оглядова стаття, планові заходи, репортаж з місця події, історичний матеріал, інтерв'ю, опитування, прес-реліз, дайджест преси, біографічний нарис, цитата, спеціальний репортаж (глибоке дослідження якогось предмету, що потребувало

тривалого журналістського розслідування), трансляція та стенограма, запис голосу» [1].

На думку А.Качкаєвої, яка стверджує, що традиційні жанри журналістики залишились: «Замітка, репортаж, коментар, есе, фейлетон. Ось вам традиційні інформаційні аналітичні та художньо-публіцистичні жанри.

Для замітки на сайті буде важливим не просто заголовок і перший абзац, а ключові слова та посилання. Для репортажу, який у мережі знову народився, – його родова подієва та миттєва сутність. Мабуть, єдиним новим жанром мультимедіа можна вважати журналістський блог (втім, його з таким ж успіхом можна вважати і авторським ЗМІ одного людини), де професіонал виступає і репортером, і коментатором, і модератором, і співрозмовником, використовує відеоілюстрацію, радіо та фоторепортаж.

У мультимедійному вимірі традиційна жанрова класифікація розмивається просто тому, що всі жанри більше пов'язані з класифікаціями аудиторії, яка хоче дивитися нелінійні історії (тобто зрежисувати свою навігацію за сюжетом)» [28, с.129].

На думку голландського дослідника М.Дьюз: « Пише про такі «прикладні мультимедійної журналістики»: так звані «включення» – виступи газетних журналістів перед камерами для телеканалу, що веде співробітництво з їх виданням; галереї або слайд-шоу, підібрані фоторепортерами для сайту газети своєї компанії; анонси новин або короткі резюме, підготовлені газетними, телевізійними або мережевими журналістами для використання в e-mail або SMS-розсилках; спільні проекти різних ЗМІ зі збору, редагування і презентації репортажів у різних форматах; повністю інтегрований відділ новин, в якому групи репортерів друкованих, телевізійних і мережових видань ведуть спільний збір інформації, накопичують спільну базу даних і створюють цілі пакети репортажів, призначених для розміщення у різних видах ЗМІ» [64, 49-50].

Б.Потяниник робить висновок та пропонує мультимедійні формати, головним місцем яких є :

1. Текст (доповнений графікою і фото).

2. Відео.

3. Аудіо. [52]

Однак на сьогодні технічні можливості мережі дозволяють використовувати з більше різновидів мультимедійних форматів.

А. Захарченко вказує на такі формати мультимедіа: «Синхрони, короткі відеорепортажі, документальні записи та інші звукові й аудіовізуальні ілюстрації до журналістського тексту. Їхня мета – лише показати те, про що пише автор у публікації; подкасти – самостійні твори тривалістю 3-20 хвилин, які викладають в мережу; веб-радіо та веб-телебачення – безперервне потокове мовлення, подібне до формату класичних ефірних станцій та каналів» [52, с. 50]

Н. Лосева показала найбільш повну характеристику нових форматів «Конвергенція і жанри мультимедіа». Дослідниця називає сучасні формати мультимедійних інтернет-ЗМІ: «статичні ілюстрації, фотострічки, фотогалереї, фоторепортажі, слайд-шоу, карикатури; аудіоілюстрації, аудіоверсії тексту, аудіосюжети; відеоілюстрації, відеосюжети, потокове відео з місця подій, відеоколонки, відеонариси, відеокоментарі; синтетичні жанри: аудіослайд-шоу, інтерактивна відеоколонка, інтерактивний відеосюжет, мультимедійне ток-шоу, мультискрипт» [52, 50].

На сайтах багатьох українських ЗМІ застосування цих форматів залишається теоретично можливим, проте кожного року число мультимедійних видань збільшується.

Аудіоконтент наразі найслабше інтегрується в інші формати мультимедіа: якщо статичні й динамічні ілюстрації або відеосюжети в тексті вже стали традицією для інтернет-ЗМІ, то вкрай рідко можна знайти аудіоподкасти в тексті. Найбільше не вистачає аудіоілюстрацій – коротких фрагментів аудіозапису (2– 3 секунди), що стосуються певної частини тексту.

Як правило, подкасти представлені лише у формі аудіосюжетів (новин), які мають самостійний характер і вживаються окремо від інших форматів [8].

Отже, можна стверджувати що нові можливості інтернету, та широке використання фото-, відео- і аудіоматеріалів призвело до появи мультимедійних жанрів журналістики. У редакцій є можливість створювати різні жанри .

РОЗДІЛ 2

ФУНКЦІОНУВАННЯ НОВИНИХ МАТЕРІАЛІВ У ЗАПОРІЗЬКИХ ОНЛАЙН-МЕДІА

2.1 Мультимедійні засоби у ЗМІ «Форпост», «Репортер.UA»

Сьогодні інтернет є головною частиною інформаційного простору. Телеканали, журнали, газети, радіостанції мають свою інтернет-версію. Всі сайти українських ЗМІ схожі за структурою, відрізняються один від одного дизайном та інформаційним наповненням. Для моніторингу ми обрали веб-сайти двох запорізьких новинних видань – «Форпост» та «Репортер.UA».

«Форпост» – це запорізьке незалежне інтернет-видання. Основна тематика: події міста, політика, кримінал. Матеріали на сайті публікують українською мовою. На сайті можна побачити стрічку новин, статті, блоги.

«Форпост» оперативно подає інформацію про сфери Запоріжжя, України та сфери життєдіяльності українського суспільства в цілому. На вхідній сторінці сайту ми можемо спостерігати назву, логотип, основні рубрики, розділи, новинна стрічка, реклама, текстові, фото- та відеоматеріали.

Головним редактором сайту «Форпост» з 2013 року є Мирослава Балабан. Створив інтернет-видання «Форпост» Юрій Гудименко та Олег Чернов в 2016 році.

Інформаційний портал «Репортер.UA» працює на інформаційному ринку міста Запоріжжя з 2008 року. Входить в Медіахолдинг «Репортер Запоріжжя», який належить Інні Артюх. На сьогодні посаду головного редактора посідає Інна Нарбут, редакційний відділ складається з 4 осіб: фотокореспондент – Андрій Глущенко, редактор новинної стрічки – Дмитро Шевляков, журналіст – Ольга Кравченко, відеооператор – Олександр Гавриленко. Висвітлюються новини світу, України та Запоріжжя. На сайті представлені такі рубрики: влада і політика, події, товариство, здоров'я, культура, спорт, технології, економіка, бізнес, курйози, окремим блоком представлені думки експертів та досьє на депутатів та впливових людей міста Запоріжжя немає.

Особливістю порталу – є карта міста Запоріжжя, на якій наявні помітки готелів та ресторанів, що стане помічником для туристів та допоможе в пошуку певних закладів містянам.

Загальний фон сайту «Форпост» блакитний з чорними літерами тексту. На сайті використовують чотири кольори: чорний, білий, синій та червоний – колір лінків. Текст у вертикальні блоки – колонки. Текст має також виділення, це напівжирний текст – шрифт жирних літери використовуються для заголовків матеріалів.

Візуальне оформлення сайту відповідає стандартам та вимогам. Назва сайту розміщена у лівому куті сторінки синього кольору . Рубрики новин на сайті подані посередині сторінки видання. Спускаючись вниз ми можемо бачити матеріали головних новин .

Назва сайту «Репортер UA» розміщена вгорі, в лівому боці сторінки . Біля назви видання можна обрати серед рубрик ту, яка цікавить читача – Запоріжжя , Україна , світ , віртуальне Запоріжжя . Посередині розташовані рубрики, які цікавлять читача (влада і політика, події, суспільство, здоров'я, культура, спорт, технології, економіка, бізнес, курйози). Кольорова гама сайту поділяється на синій та білий кольори .

Оперативність «Форпост ». Стрічка новин на сайті оновлюється від 3 до 30-ти хвилин. Публікації про події в Запоріжжі з'являються щоденно, регулярно.

«Репортер UA» . Стрічка новин на сайті оновлюється від 3 до 20-ти хвилин. Матеріали пов'язані з аналітикою з'являються не кожного дня , не регулярно. Журналістські аналітичні матеріали здебільшого можна побачити у рубриці «Запоріжжя», «Україна», «Світ». Це статті на проблемні та суспільно-важливі теми.

Гіпертекстуальність «Форпост». На сайті присутні гіперпосилання . Це гіперпосилання на аудіо- та відеоматеріали . Такі посилання допомагають сайту не втрачати аудиторію.

Також на сайті є пошукова система, що надає можливість знайти відповідну публікацію за певними словами. На жаль на сайті не можна подивитись архів збережених матеріалів за останні роки.

«Репортер UA». Гіперпосилання є внутрішні. Лінків на відеоматеріали немає, як і на супровідні графіки.

Мультимедійність «Форпост». Для ресурсу характерна взаємодоповнюваність різними медіумами. Важливо, що основні матеріали доповнюють статтями.

«Репортер UA». Мультимедійність представлена різнобічно. Окрім стандартних відео та фото є графіка, анімація, аудіо та інші. У верхній частині сторінки сайту розміщено іконки соціальних мереж для інтерактивності користувачів, за їх допомогою можна поділитися публікаціями з сайту у Vkontakte, Facebook, Twitter та Youtube. Окремим блоком на сайті розміщено фоторепортажі, фото у цих матеріалах розміщені не галереєю, а в самому тексті, вони доповнюють інформацію та ілюструють її. У матеріалах відео немає, але віджет з ними є та він працює як гіперпосилання на відеоресурс Youtube. Аудіо використовуються для підтвердження інформації подану в матеріалі, тобто такий формат мультимедії виступає як доказ слів певної людини. Окремо слід сказати за статистичні мультимедійні засоби, окрім звичайних фото, використовуються малюнки та карикатури. Такими засобами ілюструють матеріали на гострі політичні теми та публікації з саркастичним підтекстом.

Можна зробити висновок, що на інформаційному порталі «Репортер.UA» представлено мультимедійні технології у вузькому діапазоні. Переглядаючи новинний портал, ми можемо побачити фото-, відеоматеріали, бути учасником опитування, поділитися інформацією з сайту на своїй сторінці в соціальних мережах, дізнатися курс валют та подивитися адресу та місце розташування готелів та закладів харчування міста. Але на сайті з мультимедійних технологій не пропонують користувачам анімаційні та графічні зображення, інфографіку статистичну чи динамічну, timeline, аудіоформати, графіки, діаграми,

використання відео та фото є лише у традиційному форматі. Все це свідчить про недостатню розвиненість інформаційного порталу, обмежений спектр можливостей сайту або його працівників.

Інтерактивність та тематика «Форпост». Сайтом забезпечений не дуже високий рівень інтерактивності. Користувачі не мають змоги залишати свої коментарі до публікацій, лише поділитись цією публікацією через соціальні мережі.

Читабельність видання задовольняє тих користувачів, які надають перевагу актуальним, змістовим публікаціям та, що головне, тих, для кого зображення не домінує над текстом. Головним редактором сайту з 2013 року є Мирослава Балабан .

«Репортер UA» . Користувачі можуть за бажанням залишати коментарі внизу кожного матеріалу, заповнивши роле зі своїм ім'ям та вказавши адресу своєї пошти . Розділ сайту влада і політика розповість читачам про нові закони та законопроекти, правління влади у Запоріжжі.

Якщо вам цікаво, що робиться в суспільстві, чим займаються звичайні та незвичайні люди, якщо вам небайдужі релігія, освіта та різні заходи – вам можуть сподобатися новини із Запоріжжя у розділі сайту.

2.2 Характеристика новинних матеріалів за вересень, жовтень, листопад 2021 року «Репортер.UA» та «Форпост»

Оперативність, релевантність, правдивість та достовірність новизни сьогодні є актуальними правилами подання інформації як для друкованих ЗМІ, так і для онлайн-видань.

На сайті «Форпост» ми проаналізуємо характерні риси та відмінності опублікованих новин. Загалом, поява інтернет-ЗМІ спричинила зростання оперативності, по перше, тому що читач хоче швидко дізнаватися про події, бути в курсі новин. По друге оперативність новин це одна з головних вимог до подання інформації.

Впродовж дня на сайті «Форпост» публікують близько 15 новин . За місяць, наприклад за березень 2021 року на сайті опубліковано 1500 новинних матеріалів.

Новинна стрічка оновлюється від 1 -2 годин впродовж тижня. Перевагою онлайн-видань є оперативність. Тому що наприклад друковане видання не може конкурувати із швидкістю подання онлайн новин.

Також перевагою онлайн новин є те, що журналістам журналісти тільки додають інформацію до повідомлення, тобто є можливість редагувати.

Також кількість матеріалів, який представлений на онлайн сайтах, дає змогу читачам обрати що читати, тобто для користувачів є право вибору. З представлених матеріалів за рубриками, читач може обрати той який йому цікавий на цю хвилину. Тому можна сказати, що онлайн новини не можуть поступитись друкованим ЗМІ.

Окрім того, на сайтах є гіперпосилання, що дає можливість перейти на ту ж саму тему або ознайомитись з іншою.

Майже у всіх онлайн виданнях заголовки виділені жирни шрифтом та великими літерами. Це допомагає читачеві краще зорієнтуватися на сайті та спростити процес відбору читання новин. Читач має змогу пролистати повідомлення, та зупинитись на потрібному для прочитання: «У Запорізькій області побільшало безробітних» [12], «У Запоріжжі може з'явитися екологічний громадський транспорт», [1], «Запоріжжя отримало кредит на 12 мільйонів євро [30] «У найбільшій «ковідній» лікарні Запоріжжя розповіли про ситуацію з пацієнтами» [12].

Інтернет новини відрізняються від традиційних засобів інформації. Онлайн медіа мають своєрідну структуру та специфічні особливості. Насамперед головну роль відіграють заголовки у своїй поліфункціональності та інформаційній насиченості. Заголовки привертають увагу читача до сайту.

У матеріалах заголовки виступають посиланням на матеріал . На онлайн сайтах для того щоб прочитати весь матеріал, потрібно перейти за гіперпосилання на іншу сторінку. Це дає можливість читачу відкласти матеріал

для читання або зробити закладинку з повідомленням, який зацікавив, і прочитати в інший час.

Також заголовки у матеріалах подаються самостійним інформаційним повідомленням, а ще зупиняють увагу читача на окремій новині. Досить часто через сенсаційний якийсь заголовок читач залишається на сторінці щоб прочитати новину повінстю.

Заголовки новин на сайті «Репортер.UA» розташовані із зазначеним часом та датою опублікування. Найбільш актуальну інформацію виділено у рубриках «Актуально в Запоріжжі», «Актуальні в Україні», «Актуально в світі».

На сайті «Форпост» переважають інформаційні заголовки: «У Запоріжжі може з'явитися екологічний громадський транспорт», [12] «У продовольчому магазині у Запоріжжі чоловік вистрелив у обличчя людині через небажання вдягати маску», [12] «Запорізькі медики розповіли про особливості лікування коронавірусу: пацієнти займаються самолікуванням та звертаються за допомогою запізно» [30] «Увага, небезпека на дорогах: 2–3 грудня в Україні очікується мокрий сніг», [11] «Фракція «Слуга народу» ще трохи схудла: одним запорізьким депутатом менше». [32]

Більшість матеріалів, які опубліковані на сайті є про події в Запоріжжі та регіоні. Щоб акцентувати увагу читачів, на сайті часто використовують проблемні заголовки: «Розкулачення, чорні дошки та п'ять колосків: що ми знаємо про Голодомор?», [27] «Передача громаді чи продаж «з молотка»? В Запоріжжі вирішують долю центральної районної лікарні», [14] «Екватор Зеленського. Що у підсумку?», [21] «Рейтинг партії «Європейська Солідарність» зростає, а партії «Слуга народу» — стрімко падає: результати опитування», [6] «У Запоріжжі викрили схему маніпуляцій з комунальною землею та її призначенням». [6]

Інформаційні новини на сайті «Форпост» побудовані за принципом перевернутої піраміди та мають типову структуру: спочатку найголовніша інформація, а потім деталі та розширена інформація.

Наявність гіперпосилань є ще відмінною рисою Інтернету. Повний текст на сайті розміщено окремо від заголовка. Натиснувши на гіперпосилання читач переходить до аналогічних публікацій або до архівних матеріалів. Це дає користувачеві переглянути більшу кількість інформації та розширити знання з тієї чи іншої теми та спростити пошукову роботу як користувача онлайн-видання.

Окрім того, в онлайн-медіа поширені передруки з сайту першоджерела. Не винятком є і сайт «Форпост», на сторінках деяких публікаціях це простежується, але в матеріалах указується посилання на оригінал.

На сайті «Репортер.UA» використовують форми зворотнього зв'язку з аудиторією:

- коментарі розміщуються під матеріалом (за допомогою них можна відстежити популярність повідомлення, актуальність, її значення);

- опитування (на різні суспільно важливі теми, опитування допомагають зробити висновок);

- форум (обговорення політичних зареєстрованими користувачами сайту);

- блог;

- чати;

Є лише розсилка (можна підписатися на сайт «Форпост» в Інтернеті).

Розвинутий зворотній зв'язок має декілька переваг:

1. Інформаційну наповненість сайту розширюють коментарі читачів
2. Коментування допомагає розвинути діалог серед читачів новин та їх обмінами різних думок.
3. Перечитуючи оговорення користувачів, кореспондент може для себе зрозуміти головні мотиви та картину певного питання або конкретного матеріалу.

Таке коментування має і негативну сторону. Відсутність цензури на коментарі відвідувачів сайту призводить до зловживання свободою. Коментарі можливо залишити анонімно, але навіть це може призвести до моралі та етики.

Переписки іноді переростають в національні, політичні або релігійні суперечки, замість того щоб обговорювати проблему.

Сайт «Репортер UA» розпочинає свою роботу з 9 ранку . Стрічка новин на сайті «Репортер. UA» впродовж тижня оновлюється 2-3 години на добу. На сайті «Репортер UA» з'являється близько 12 новин щодня.

Новини на сайті подаються російською мовою . Якщо порівнювати із сайтом «Форпост» то на сайті « Репортер UA» гіпертекстова організація не так розповсюджена . Не завжди за гіперпосиланням можна перейти на інші сторінки видань.

Заголовки новин у виданні “Репортер UA” також розташовані у хронологічному порядку, із зазначенням дати і часу опублікування. Також внизу публікації читач може залишити коментар для зворотного зв’язку.

Важливою як на мене на сайті «Репортер UA» є рубрика з назвою – топ. Саме там читач зможе дізнатися найважливішу та цікаву новину протягом дня.

Заголовки новин також акцентують увагу читачів на невизначеності питання, на важливості події для суспільного життя. Наприклад: «В Запорозьє сообщили о минировании «Сити молла»: людей эвакуировали. Фото» . [10], «В Шевченковском районе Запорозья снова зафиксировали высокую концентрацию чада в воздухе» , «В Запорозьє маршрутка влетела в грузовик: пятеро пострадавших. Фото» [19], «В Запорозьє проведут служебное расследование по поводу деятельности директора департамента здравоохранения» [18].

Рубрика з назвою «Главная» розділена на три підрубрики – «Главное в Запорозьє» - новинні матеріали міста Запоріжжя, «Главное в Украине» - інформаційні повідомлення про події які трапляються в інших містах України: «На въезде в Харьков грузовик раздавил автомобиль такси: погибли три человека. Фото. Видео» [25], «Расчленил и выбросил в мусор: в Киеве задержали подозреваемого в жестоком убийстве. Фото. Видео» [19], «В Одессе прошел военно-морской парад. Видео» [24]. І остання рубрика «Главное в мире» . Міжнародні новини, серед них : «Стало известно, кто заступит на

должность канцлера Германии после Меркель» [24], «В Болгарии попал в ДТП автобус с туристами: погибли 46 человек, в том числе 12 детей» [23].

Також на сайті є рубрика з назвою – «Виртуальное Запорожье» . Це каталог всіх унікальних історичних місць, об'єктів, пам'яток Запорізької області, які постійно оновлюються. А також надання унікальної можливості залишити свій слід на карті Запоріжжя.

Головна ідея – популяризація туристичної привабливості Запорізького краю, застосовуючи передові технології віртуальної реальності.

Координатор проекту – фотокореспондент Репортер. UA Андрій Глущенко є сертифікованим фотографом компанії Google та одним із провідних фотографів регіону.

У рубриці «Здоров'я» подається важлива інформація зі сфери медицини, вакцинації та інш.; щодня виходять 1-2 новини .

Рубрика «Культура» - на сайті представлені новини культурних заходів до яких входить музика, мистецтво, література, кіно .

Рубрика «Спорт» - останні новини спорту та всі спортивні новини України - футбол, бокс, хокей, баскетбол, теніс, зокрема: «Андрей Шевченко возглавил итальянский футбольный клуб» [8], «Усик — Джошуа: оценим шансы украинца против британского чемпиона» [10], «Украина завоевала уже три золотых медали на Паралимпиаде» [27].

Новини спорту виходять не кожного дня, це може бути три новини щомісяця .

У рубриці «Технології» висвітлюють новини у сфері інноваційних технологій та інноваційної діяльності. Новини в цій рубриці також виходять не щодня.

Рубрика «Економіка» висвітлює актуальні новини економічної теорії та історії економічної думки, світового господарства та міжнародних економічних відносин, економіки та управління підприємствами; інноваційної та інвестиційної діяльності. Новинні матеріали також виходять не кожного дня. В місяць дві-три новини .

Рубрика «Бізнес» - міжнародний, український ринки, події в Україні та світі. Новинні матеріали репрезентують найважливіші питання для малого та середнього бізнесу, сенсаційні новини: «Кабмін упростив підприємцям роботу с кассовими аппаратами» [19], «В Украине признали банкротом крупную кондитерскую фабрику» [13], «Бывшего главу КСУ будут судить за подкуп свидетеля» [25].

Рубрика «Курйози» - останні веселі новини. Смішні курйози і найнезвичайніші новини дня: «В киевском метро шваброй потушили огонь. Видео» [18], «В бассейн спорткомплекса во Львове заплыла утка с утятами. Фото» [19], «Депутат Харьковского горсовета задекларировал льва» [31].

Окрім того, на сайті «Репортер.UA» є окремі розділи із назвою досьє. Саме там можна ознайомитись із біографією депутатів Запорізької міської ради та обласної державної адміністрації.

Рубрика із назвою «Любимый город», де читач має змогу дізнатися інформацію про історію рідного міста Запоріжжя. Це матеріали про Запоріжжя в різні хронологічні епохи.

Рубрика «Експерти» - у ній читачі мають змогу не тільки оперативно дізнаватися про актуальні та знакові події, але й можуть поставити запитання, що цікавлять фахівці з різних сфер життя, тобто отримати зворотній зв'язок.

Також на сайті «Репортер.UA» є довідник, де читач зможе знайти контакти структур різних сфер: медицини, ЗМІ, туризму, спорту, відпочинку, будівництва, торгівлі та інш.

Також на сайті проводяться різні опитування. Наразі актуальним питанням для відвідувачів сайту є запитання: «Ви зробили щеплення від коронавірусу?». Під опитування можна переглянути результати, кількість людей, які проголосували.

На сайті «Репортер.UA» є реклама. Користувачам пропонують розглянути варіанти рекламних позицій. "Репортер" приймає до розміщення інформацію та публікації на платній основі.

Загалом сайт «Репортер.UA» впродовж дня відвідує 25-30 тисяч читачів.

Отже, Інтернет зумовив особливу форму і структуру періодичних видань: чітко структурованих за рахунок гіпертекстових посилань, різних за обсягом і періодичністю. Як правило, важко виділити окремий номер видання, оскільки матеріали оновлюються з різною періодичністю. Структурно видання діляться на рубрики, в яких представлені матеріали попередніх випусків, і, таким чином, журнал за формою стає тематичною бібліотекою ресурсів.

Безумовно, це важливий позитивний момент, така форма набагато зручніше для читачів, оскільки значно полегшує пошук інформації і економить час.

Можливість зворотнього зв'язку, швидкість передачі даних і зазначені вище специфічні засоби спілкування підвищують інтерактивність мережевих ЗМІ, що дає змогу не лише обмінюватися думками з аудиторією, а й утворювати спільноти відвідувачів, які радше нагадують дружні кола.

Рівень використання мультимедійних форматів залежить від жанру й тематики публікації: фотографії переважають в інтерв'ю, оглядах та рецензіях, фотострічки й фотогалереї – у репортажах на політичну, спортивну й культурну тематику, інфографіка – у статтях на економічну тематику, карикатури – у політичних статтях.

2.3 Специфіка написання онлайн новин за тематикою матеріалів «Форпост» та «Репортер.УА»

Сьогодні інтернет-журналістика за популярністю аудиторії становить значну конкуренцію телерадіокомпаніям. Що стосується друкованих ЗМІ, то онлайн видання незабаром і зовсім витіснять з ринку інформації свого «паперового аналога» [12]. На які теми писаи скільки матеріалів

Характеризуючи специфіку публікацій новинних матеріалів сайту «Форпост» то новини поділені на окремі рубрики, серед них головні, кримінал та новини . Це можна помітити у стрічці новин, де кожна публікація підписана до якої категорії належить.

Щоденно за моніторинг вересень жовтень та листопад опубліковували новини щодо ситуації із пандемією де писали статистику захворюваності .

Основною тематикою протягом вересня місяця стали новини які належать до рубрики з червоною відміткою публікацій на сайті з назвою новини . Серед них такі: «Ні сексизму в рекламі: в Україні прийняли новий закон» [13], «В Запорізькій області створюють туристичний вело маршрут: коли відкриття» [13], «Зеленський знаходить гроші на все, окрім оборони: Ігор Артюшенко», «На будівництво мостів у Запоріжжі повернувся плавкран «Захарій»: фото» [15], «На Запоріжжі з лікарні зник чоловік, який має психічні розлади: шукають четверту добу (фото)» [15], « У Запоріжжі в магазині хлопець напав на колишню дівчину: постраждала розповіла подробиці» [16].

Також з червоною відміткою є публікації з назвою новина дня . Таких публікацій менше порівнюючи із попередніми новинами. Серед них: «В Запоріжжі простилися із загиблим на фронті бійцем» [14], «Водій, який в Мелітополі скоїв ДТП, наїхав на гостей весілля» [19], «В Запоріжжі відбудеться чергова сесія міськради» [29].

Відмітка з назвою головне у яких опубліковані головні новини Запоріжжя та області: «Яке покарання загрожує водію, який в Запоріжжі накинувся на пенсіонера» [14], «Запоріжців попереджають про тимчасові зміни руху громадського транспорту» [14], Держпродспоживслужба заборонила в Запоріжжі продаж енергетику [20], «Мелітопольський район може похизуватися найбільшим у світі пам'ятником бджолі» [23], «На Запоріжжі за кілька хвилин вдалося загасити пожежу автомобіля» [25], «На Запоріжжі 63-річний чоловік скоїв самогубство: тіло знайшли родичі» [27], «Запорізькі патрульні допомогли врятувати одномісячного малюка, — ВІДЕО» [27], «Вандали в Запоріжжі зламали орендований самокат» [17].

Найменше публікацій з назвою кримінал: «В Запоріжжі чоловіка підозрюють у зґвалтуванні онуки співмешканки» [6], «В Бердянську жінка, намагаючись покінчити із собою, підірвала квартиру» [6], «На Запоріжжі було виявлено близько 100 кущів нарковмісних конопель» [6], «На Запоріжжі

вандали пошкодили меморіал Небесної сотні та героїв АТО [8], «В Запоріжжі чоловік викинув з вікна третього поверху тварину [9].

Загалом аналізуючи сайт «Форпост» можна сказати що публікації виходять на суспільно-важливі теми, які охоплюють Запоріжжя. У розділі «Краще в Facebook» зібрані найцікавіші пости запорізьких блогерів. Під кожним текстом є посилання, по якій можна перейти, щоб взяти участь в обговоренні. Матеріали в цьому розділі виходять не так часто . Наприклад за вересень місяць вийшло дві публікації : «Лише суттєве збільшення середнього класу здатне врятувати країну і забезпечити її майбутнє як держави» [1], «Про те, як благодійники рятували запоріжців в часи пандемії» [9].

За жовтень місяць на сайті вийшло три публікації: «Бабуся помирає від ускладнень ковіду у шостій лікарні Запоріжжя» [18], «Хортиця ризикує втратити особливих птахів» [18], «Коли ми обираємо свободу, ми обираємо в першу чергу відповідальність за тих людей, яких можемо заразити».

За листопад місяць на сайті вийшов один матеріал: «Ветерани АТО Вільнянщини не підтримують жодну зі сторін протистояння навколо Біляєвського кар'єру».

Розділ «Україна» розміщені матеріали які охоплюють область . Порівнюючи із попередніми рубриками у цьому розділі опублікованих новин на сайті не дуже багато. Так, за вересень місяць опубліковано шість публікацій починаючи від публікацій по стипендії та закінчуючи про відпочинок запоріжця : «В Україні анонсували підвищення стипендії студентам» [2], «Війна на Донбасі забрала життя ще одного захисника родом з Запоріжжя» [13], «Троє уродженців Запоріжжя увійшли до списку найбагатших людей України» [17], «Служба безпеки України закликає українців повідомляти про випадки можливої загрози нацбезпеці країни» [21], «Верховна Рада прийняла закон про олігархів» [26], «Відомого запоріжця розкритикували за відпочинок із дельфінами» [30].

За жовтень місяць вийшло дві публікації : «АТОВців з Запорізької області нагородили орденами «За мужність» [15], «Телеканал «UA:ПЕРШИЙ» заявив про тиск з боку Офісу президента, — журналістка» [20].

А також аналогічно дві публікації за листопад: «У столиці ударом ножа у серце вбили 26-річного молодика із Кирилівки» [8], «День української писемності та мови-2021: як взяти участь у радіодиктанті» [9].

Рубрика «Інтерв'ю» де зібрані інтерв'ю героїв починаючи від історії кохання, музикальних гуртів, вистав та політиків . Так аналізуючи цю рубрику можна сказати що інтерв'ю публікують нерегулярно . За вересень, жовтень та листопад є лише 2020 року матеріали.

За вересень на сайті «Форпост» опубліковано два інтерв'ю на таку тему: «Що загрожує мешканцям Павлівської ОТГ, та як протистояти сучасним феодалам?, — Інтерв'ю з Анатолієм Кліменком» [2], «Фронтвумен запорізького гурту LUNCHEE Ганна Ланчева розповіла про «музичні» труднощі під час карантину».

За жовтень 9 матеріалів «Лідер обласної команди «Європейської Солідарності» Ігор Артюшенко розповів про головні цілі політсили на виборах та після них» [1], «Моє завдання — безпечне Запоріжжя в усіх сенсах» — комбат Олександр Лобас про плани в міській раді» [14], «Кандидат у мери Валерій Прозапас розповів як робитиме із Запоріжжя європейське місто» [16], «До мрій попри все»: у Запоріжжі представили інклюзивну виставу» [19], «Я прагматик, тому думкою не багатію» — Андрій Согорін про можливість змін у Запоріжжі» [23], «Наша мета: збудувати Європу в Запоріжжі — Дмитро Кирильчук про плани в міській раді» [23], «Розвиток бізнесу та створення робочих місць – задача №1» — Олександр Константинов розповів про особисті проекти рішень у міській раді Запоріжжя» [23], «Микола Белий розповів про європейські стандарти медицини та реальний її рівень у Запоріжжі» [24].

Рубрика з назвою «З життя» це статті та новини в стилі лайф-стайл. Читач може дізнатися якісь пізнавальні історії або просто прочитавши цікаві новини з

життя героя. У цій рубриці новини виходять не так часто. Так за останні місяці, які можна проглянути стрічку новин це березень, квітень червень та липень.

За березень на сайті опубліковано шість матеріалів, серед них «На Хортицю надіслали древній артефакт з Шотландії (ФОТО)», «У Запоріжжі патрульні допомогли супроводили до лікарні авто з хворою дитиною (відео)», «У квітні вагітні отримують ряд безоплатних послуг і аналізів: що входить до переліку», «У Запоріжжі старший брат намагається забрати молодшого у спільної матері», «Запоріжці демонструють всю “якість” перевезень пасажирів у міському транспорті (ВІДЕО)», «Запоріжці демонструють всю “якість” перевезень пасажирів у міському транспорті (ВІДЕО)» [25].

За квітень опубліковано два матеріали: « На Запоріжжі в холодному та брудному будинку знайшли дитину: що вирішив суд» [5]., «У Запоріжжі школярка створила небезпечну групу в соцмережах» [15].

За червень місяць на сайті «Форпост» також опубліковано два матеріали: «На відомий в Запоріжжі ресторан склали акт за порушення стану навколишнього середовища» [14], «Запоріжці масово обурюються через комарів на морі: дітям після укусів викликають «швидку»» [6].

На мою думку публікації в рубриці «З життя» можна було б писати частіше, щоб в читачів був більший інтерес на регулярній основі.

Рубрика «Гарні відео» саме тут читач зможе переглянути курйозні відео та почитати цікаву інформацію починаючи із життя тварин в природі до природних явищ чи цікавих виступів.

Останні новини, які опубліковані на сайті це за червень липень та серпень. За червень вийшла одна новина: «Запорізький поліцейський показав підбірку порушників правил дорожнього руху (ВІДЕО)» [18].

За липень опубліковано три новини: «Вантовий міст у Запоріжжі: стало відомо як виглядатиме в результаті (відео)»[14], «На Запоріжжі зафільмували зграю дельфінів під час полювання: відео» [19], «Запоріжці показали надзвичайні кадри нічної грози: відео» [21].

За липень дві публікації: «У Кирилівці відпочивальники зняли на камеру дельфінів, — ВІДЕО» [14], «Танцюристи та парашутисти із Запорізької області станцювали гопак у повітрі та на землі: відео» [21].

Рубрика «Фото дня» тут читач зможе помилуватися фотографіями фотохудожників та аматорів на різноманітну тематику природи та інших природніх явищ та не тільки .

За вересень на сайті опублікували три публікації: «В Запоріжжі відбувся мітинг за справедливе покарання екс очільнику обласного МВС, — ФОТОРЕПОРТАЖ» [1], «В Запоріжжі проходить фестиваль консервації: перший день» [11], «Запорізький фотограф зафіксував одразу декілька рідкісних явищ у небі: фото» [21], «Як зараз виглядає одна з квартир в будинку на вулиці Сержанта Медведєва в Запоріжжі, — ФОТО» [25].

За жовтень вийшла одна публікація : «Запорізький фотограф показав осінню Хортицю» [3].

На жаль жодної публікації за листопад місяць опубліковано не було.

І остання рубрика, яку читач може знайти це «Історія кохання» . Загалом на сайті розміщено п'ять історій кохання пар, історії свідчення, знайомства.

Серед них: «Історія кохання відомої запорізької волонтерки довжиною в 27 років!» [9], «Історія кохання запорізького кіборга – знайомство в соцмережі, війна та уроки з донькою» [11], «Історія кохання одного з наймолодших запорізьких депутатів: як разом долати негаразди, коли вам усього по 20 років» [12], «Історії кохання: незвичайна надзвичайна подія запорізького ДСНС-ника та його дівчини» [12], «У Запоріжжі чоловік освідчився своїй коханій під час «пожежі» (ВІДЕО)» [13].

Моніторинг сайту «Репортер.УА» за вересень жовтень та листопад показав аналогічну кількість матеріалів протягом місяця – це 450 новинних матеріалів щомісяця. Також є щоденна статистика захворюваності коронавірусом. Багато новин опубліковані на тему злочинів, ДТП. Наприклад велика кількість таких матеріалів: «В Вознесеновском районі Запорожжя задержали закладчика наркотиків. Фото» [18], «Погоня в Запорожжє: в авто

водителя, который пытался уйти от полиции, нашли наркотики и пистолет. Видео» [12], «В Коммунарском районе Запорожья возле остановки сбили подростка» [13], «Под Васильевкой после ДТП сгорели два авто: есть жертвы. Видео» [11].

Порівнюючи сайт «Форпост» із «Репортер.УА» то можна сказати що за тематикою та рубриками сайт різноманітніший .

Так, наприклад на сайті виходить більша кількість матеріалів, новини з кожної рубрики виходять регулярноніше.

Рубрика «Політика і влада» виходить 690 новинних матеріалів щомісяця. Серед них такі: «В Запорожье депутаты поддержали изменения в городской программе соцзащиты населения» [3], «Денис Шмыгаль ознакомился с ходом реконструкции запорожской областной больницы. Фото» [2], «Завтра Запорожскую область посетит премьер-министр Украины Денис Шмыгаль» [1], «Внеочередная сессия Запорожского горсовета: онлайн-репортаж. Видео» [29], «В Запорожье налоговику-взяточнику вынесли приговор» [26].

Рубрика «Події» опубліковані новинні матеріали про злочини, трагічні випадки, взятки. Такі матеріали: « На Житомирщине разоблачили преступную наркогруппировку. Фото» [1], «Под умывальником в поезде Киев-Вена нашли 50 кг янтаря. Фотофакт» [2], «На территории предприятия в Одессе произошла утечка опасного вещества. Фото» [1], «СБУ разоблачила антиукраинскую ботоферму на 6 тыс. аккаунтов. Фото» [1].

Рубрика «Суспільство» суспільно-важливі теми , інформація про пандемію: «В Украине изменили адаптивный карантин: когда новые правила вступят в силу» [30], «За ноябрь в Украине сделали 7 млн прививок от коронавируса», «Принят закон об увеличении ставок налогов: что изменится» [30], «Протестующие перекрыли трассу Киев-Чоп. Фото» .

Рубрика «Здоров'я» тут зібрано порівнюючи з попередніми розділами менше матеріалів. За вересень місяць вийшло опублікованих два матеріали: «Чиновников и педагогов будут отстранять от работы за отказ от вакцинации. Документ», «Коронавирус в Украине: за сутки 3007 новых случаев» [27].

За жовтень на сайті «Ркпортер.UA» опубліковано п'ять матеріалів «Главный санврач назвал сценарии развития COVID-пандемии в Украине» [4], «Зеленский поздравил с Днем защитников и защитниц Украины» [14], «В Украине еще дважды планируют расширить список профессий для обязательной вакцинации» [15], «В МОЗ рассказали о рисках и эффективности вакцин против коронавируса» [20], «Нужно больше вакцинированных: в СНБО предупредили о сложных временах» [22].

Також за листопад місяць вийшло шість новин. Серед них: «Как ускорить выздоровление от ОРВИ и ОРЗ с помощью небулайзера», «Коронавирус в Украине: за сутки почти 20 тыс. заболевших» , «МОЗ: Среди госпитализированных COVID-пациентов 93% не привиты» [2], «В Украине пройдут клинические испытания таблеток от коронавируса» [5], «В Украине за сутки более 24 тыс. новых случаев коронавируса» [12]., «В МОЗ заявили, что наличие антител не является основанием для отказа от COVID-прививки». [17].

Рубрика «Культура» за вересень місяць на сайт опублікували два матеріали : «Koktebel Jazz Festival: Arabatka объявил подробный лайн-ап. Фото» , «Koktebel Jazz Festival: Arabatka - open air и вечеринка для своих. Фото».

Два матеріали за жовтень місяць: «Компанию Netflix локализовали в Украине», «В Полтавской области археологи нашли уникальные подвески. Фото». Також два матеріали за листопад місяць: «Археологи нашли уникальные артефакты на территории Софии Киевской. Фото», «В Тернопольской области выявили древнее захоронение людей. Фото».

Рубрика «Спорт» за вересень опубліковано два матеріали: «Усик — Джошуа: оценим шансы украинца против британского чемпиона», «Милевский объявил о завершении карьеры футболиста. Видео».

За жовтень місяць матеріалів на сайті не публікували. За листопад до рубрики ввійшло три матеріали: «Андрей Шевченко возглавил итальянский футбольный клуб», «Гральні автомати ПарімаТч – опції десктопних та мобільних версій», «Как получить фриспины за регистрацию в казино».

Рубрика «Технології» - повсякденні речі, які на оточують, новини в сфері технологій, компаній, поради у виборі техніки. На сайті новини з цієї рубрики розміщені за 2020 рік.

За вересень до рубрики ввійшло три матеріали: «Apple планирует обучить Siri украинскому языку», «В Украине вырастили рекордно большой алмаз, который продали за полмиллиона долларов. Видео», «Огляд смарт-годинників Samsung Galaxy Watch».

За жовтень вийшла одна новина: Огляд смарт-годинників Samsung Galaxy Watch».

Дві новини за листопад: «Украина присоединилась к программе NASA «Артемида» », «ТОП-5 планшетів зі стилусом».

У рубриці «Економіка» розміщена одна новина за вересень місяць: «Украина погасила еврооблигации под гарантии США», а також дві новини за листопад: «Инфляция в Украине замедлилась до 10,9 %», «В Европе снова дорожает газ», «Бензин подешевеет более чем на 1 грн».

Рубрика «Бізнес» новини виходять нерегулярно. Можна сказати здебільшого всі новини виходять не кожного місяць. Останніми на сайті розміщені новини за березень дві новини: «На Троещине массово сносят МАФы: на месте работает полиция. Фото», «АМКУ оштрафовал компании группы «Приват» на 4,7 млрд грн», квітень три новини: «Названа дата начала приема заявок от ФОПов на выплату господомощи», «Открыта подача заявлений для ФОПов через портал «Дія»: как это сделать», «В Киеве закрыли пять заведений за нарушение правил карантина: список» , травень три новини: «Кабмин упростил предпринимателям работу с кассовыми аппаратами», «Бывшего главу КСУ будут судить за подкуп свидетеля», «Украина заключила контракт по выводу спутника на орбиту». Та остання публікація за червень: «В Украине признали банкротом крупную кондитерскую фабрику».

Рубрика «Курйози» де читач може прочитати «веселі» новини та підняти свій настрій . Новин за цією рубрикою розміщено небагато. Так за вересень вийшла одна новина: «В Ивано-Франковске пообещали премировать первую

забеременевшую после вакцинации» та остання публікація «Кот из Харькова прорекламовал сумку от Valentino. Фото» .

Рубрика «Топ» за вересень на сайті вийшло тринадцять новин «МОЗ расширило список профессий с обязательной вакцинацией», «Встреча Зеленского и Байдена: о чем говорили» [2], «Легализация криптовалюты: нардепы приняли закон о виртуальных активах» [8], «Кабмин усилил карантин: какие привилегии ждут вакцинированных» [14], «Минздрав дал разъяснения по ограничениям в каждой карантинной зоне», «Взрыв автомобиля в Днепре: в полиции квалифицировали происшествие как теракт. Фото. Видео» [15], «Украина переходит в «желтую» зону с 23 сентября» [21].

Порівнюючи два онлайнві сайти «Форпост» та «Репортер.UA» можна стверджувати що за мультимедійною наповненістю більше конкурує сайт «Репортер.UA». На сайті розміщено більше рубрик, також в кожному матеріалі є фотопублікації. На мою думку, для сайтів «Форпост» та «Репортер.UA» не вистачає окремої рубрики «Блоги» .

В останнє десятиліття ЗМІ України розвиваються дуже стрімкими темпами, при цьому відбуваються і кількісні, і якісні зміни: через велику кількість нових видань значно загострюється конкуренція між ними, відтак журналісти мають шукати нові способи боротьби за увагу читачів.

Особливо актуальною ця проблема постає для онлайнвих ЗМІ, оскільки конкуренція між ними наразі є найбільш гострою.

Саме в інтернетпросторі на сьогодні виникає безліч нових технологій впливу на громадську думку та різних засобів привернення уваги користувачів до сайтів мережевих видань [22, 203].

Розвиток цих тенденцій можна простежити насамперед на прикладі блогів – електронних щоденників, які швидко завойовують прихильність як журналістів, так і читачів. Найбільша кількість блогів у мережі інтернет на сьогодні розташована на спеціальних блог-хостингах, проте останнім часом все більше блогів з'являється на сторінках онлайнвих ЗМІ, і зараз майже кожне інтернет-видання має розділ «Блоги». У мережі інтернет наразі існує кілька

видів блогів: по-перше, це особисті електронні щоденники на спеціальних блог-хостингах, по-друге – це блоги на сайтах інтернет-ЗМІ, які відповідно можна розподілити на журналістські, читацькі та блоги гостей видання.

Блоги набувають все більшої популярності, оскільки мають низку беззаперечних переваг. Насамперед, вони надають набагато більшу свободу для творчості, ніж традиційна журналістика, оскільки не мають обмежень ні

у змісті, ні у формі, ні у періодичності, ні в обсязі або кількості публікацій.

Блоги мають відрізнятись як від персональних щоденників на побутові теми, оскільки журналістські блоги метою не особистої, а насамперед професійної комунікації.

Функції таких блогів перетинаються з функціями традиційних ЗМІ.

Інформаційна – одна з головних таких функцій, це оперативне повідомлення суспільству актуальних новин на важливу тему, яке має велике значення як у ЗМІ, так і у блогах журналістів.

За тематикою блогери можуть створювати як універсальний контент, так і вузькоспеціалізований такому, як правило більшість журналістів присвячує пости. Найчастіше економічній та політичній. [26, 40].

В наш час багато людей для пошуку потрібної інформації звертаються до інтернет-видань як до першоджерела потрібної та актуальної інформації. А популярні Інтернет-ЗМІ мають можливість конкурувати із іншими загальнонаціональними телевізійними каналами.

Окрім того, в онлайн-журналістиці продовжується еволюція традиційних жанрів та проходить становлення комбінованих, нових. Виникають нові форми творів, під впливом творчої думки автора, назви яким в практиці та науковій теорії зараз не дано. На відміну від родів літератури, жанри піддаються класифікації та систематизації та завзято чинять опір їм.

Тому що по-перше жанрів дуже багато, вони є специфічними у художній культурі та мають різноманітний історичний обсяг та залежать від рівня розвитку культури мови та відкриттям нових технологічних процесів.

Жанрова структура журналістики у новому середовищі всесвітньої павутини відчула себе по-іншому. У системі жанрів почали створюватися нові види, дивлячись на специфіку мережевих видань.

Отже, інтернет характеризується особливою структурою та формою періодичних видань: структурованих внаслідок гіперпосилань за різним обсягом та періодичністю.

Сьогодні матеріали оновлюються по різному, тому важко виділяти окремий якийсь номер видання. Онлайн-видання подляються на рубрики, в яких є матеріали попередніх випусків, і таким чином видання стає тематичною бібліотекою ресурсів.

Безсумнівно така форма зріпніша для читачів, тому що економить час та полегшує пошук потрібної інформації.

Підвищення інтерактивності мережевих ЗМІ включає в себе можливість зворотнього зв'язку швидкості передачі даних, що дає змогу не тільки обмінюватись думками з аудиторією, а й утворювати спільноти відвідувачів, які радше нагадують дружні кола.

У новинних матеріалах за листопад багато публікацій на тему пандемії та здоров'я, наприклад у тексті за 30.11.2021 року з назвою «Запоріжці можуть безкоштовно пройти швидкі тестування на ВІЛ» [11] для читачів подають інформацію про те що до Всесвітнього день боротьби зі СНІДом на проспекті Металургів 1 грудня відбудеться акція «Протестовані = ЗагАРТовані». Також одна з головних тем коронавірусної інфекції з назвою «582 нових випадки захворювання на коронавірус в Запорізькій області», «Запорізькі медики розповіли про особливості лікування коронавірусу: пацієнти займаються самолікуванням та звертаються за допомогою запізно» де читач може дізнатися інформацію скільки хворих поступили у тяжкому стані до лікарні та яку допомогу надають пацієнтам.

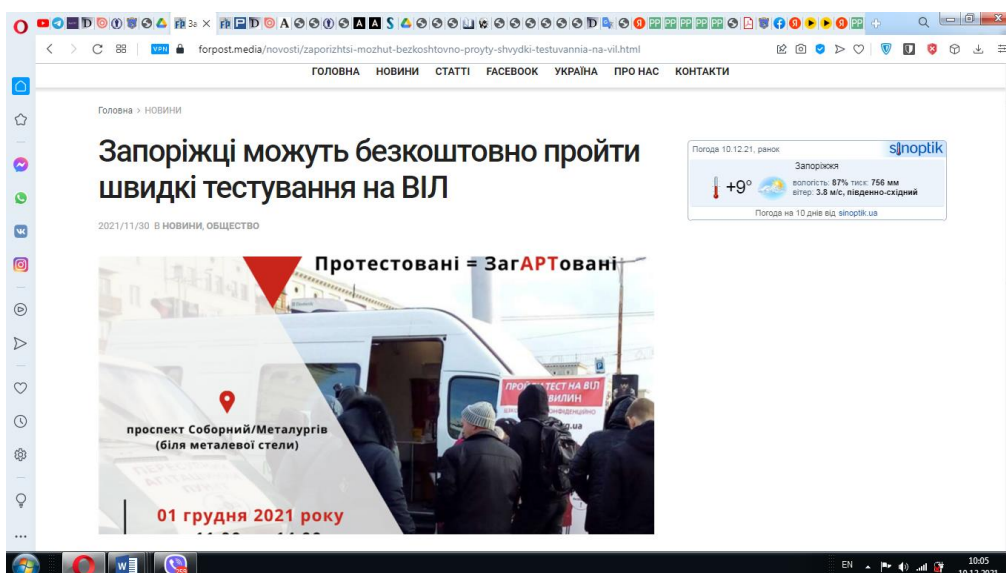


Рис. 2.2.1. Скріншот «Форпост».

Також в новинах за листопад ми можемо простежити короткі матеріали анонсів погодних умов в Україні: «Увага, небезпека на дорогах: 2–3 грудня в Україні очікується мокрий сніг» [11], «Вітер та сніг: запоріжців попереджають про значне погіршення погодних умов».

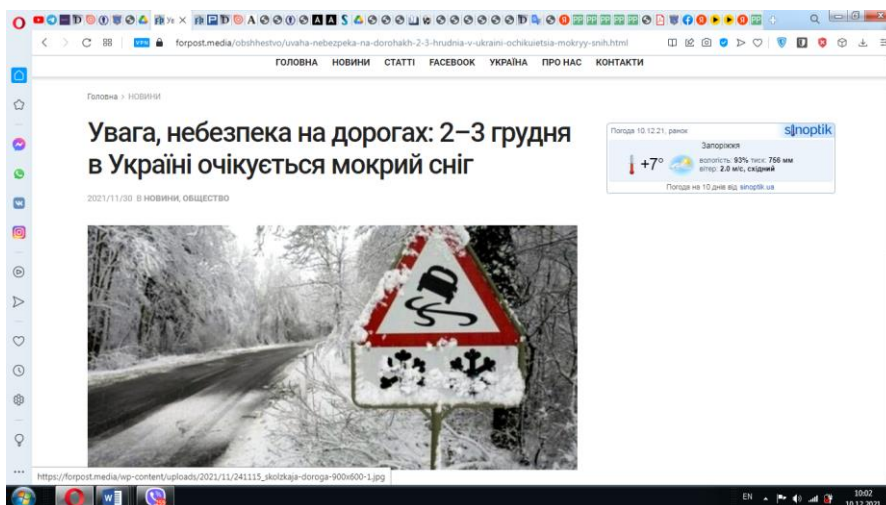


Рис. 2.2.2. Скріншот «Форпост».

Також прослідковуються матеріали на проблемну тематику. Серед них такі : «У старому будинку в Запоріжжі обвалився балкон: уламками бетону насмерть прибило чоловіка, — ФОТО» [11], «Владу Запоріжжя просять звернути увагу на занедбаний басейн» [11], «Мешканці трьох районів Запоріжжя залишились без опалення».

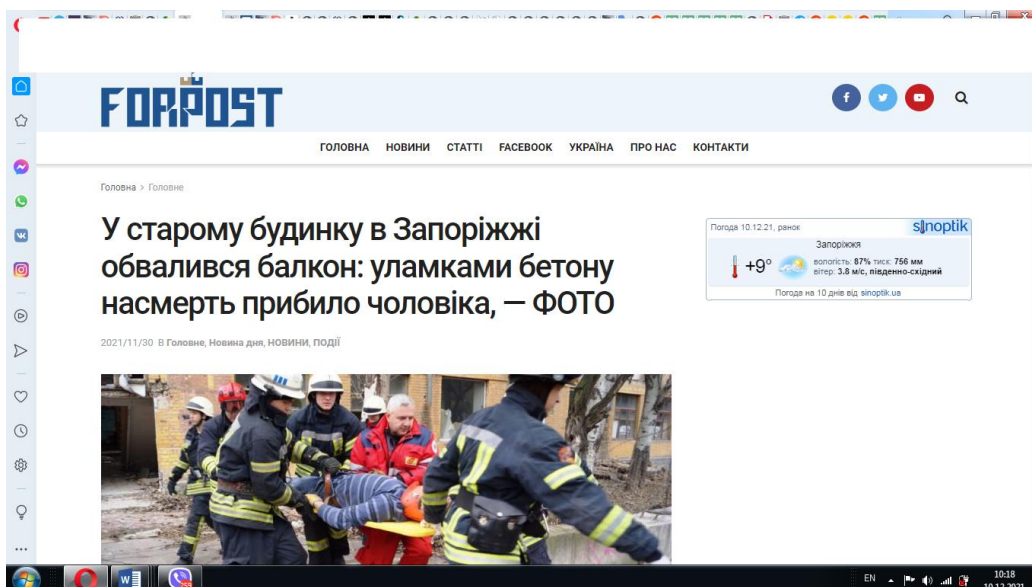


Рис. 2.2.3 Скріншот «Форпост».

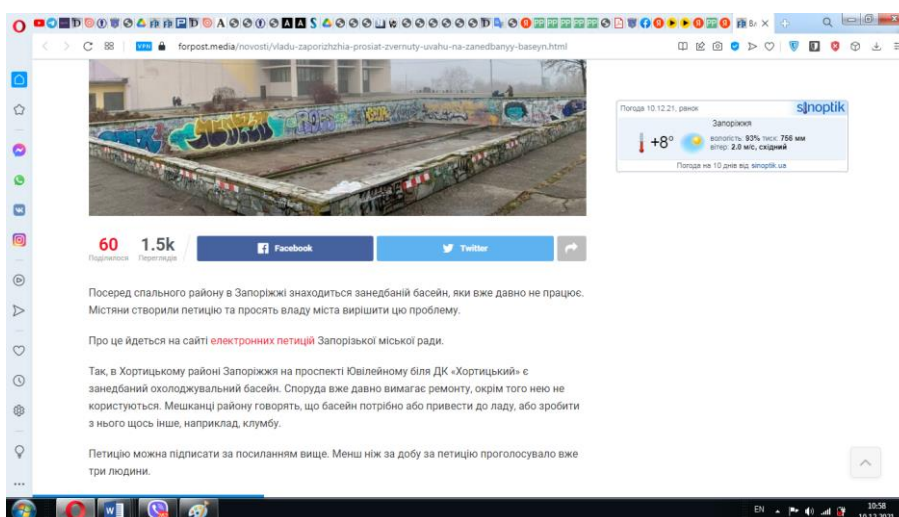


Рис. 2.2.4. Скріншот «Форпост».

У розділах «Головне» та «Події» висвітлюють злочини, хабарі, аварії : «Відвідувач магазину у Запоріжжі вистрелив у власника: нападника розшукують», «Нові правила обмеження вводяться з 6 грудня: що потрібно знати запоріжцям», «З'явилася нова інформація про зниклого у Запорізькій області три місяці тому хлопчика», «Мешканці Запорізької області обдурили близько тисячі людей, заробивши понад 2 мільйони», «На трасі між Запоріжжям та Дніпром сталася аварія: троє загиблих, один — травмований»[17], «На Запоріжжі підприємця засудять за те, що він незаконно побудував бар на березі моря» [18].

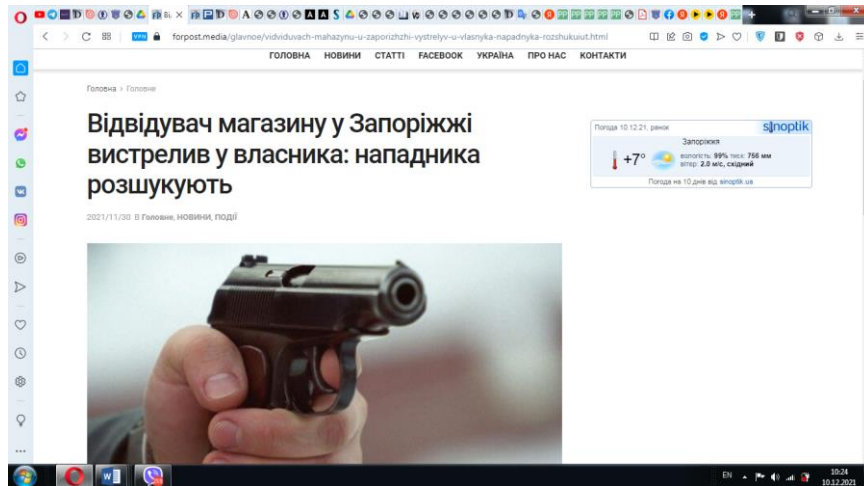


Рис. 2.2.5. Скріншот «Форпост».

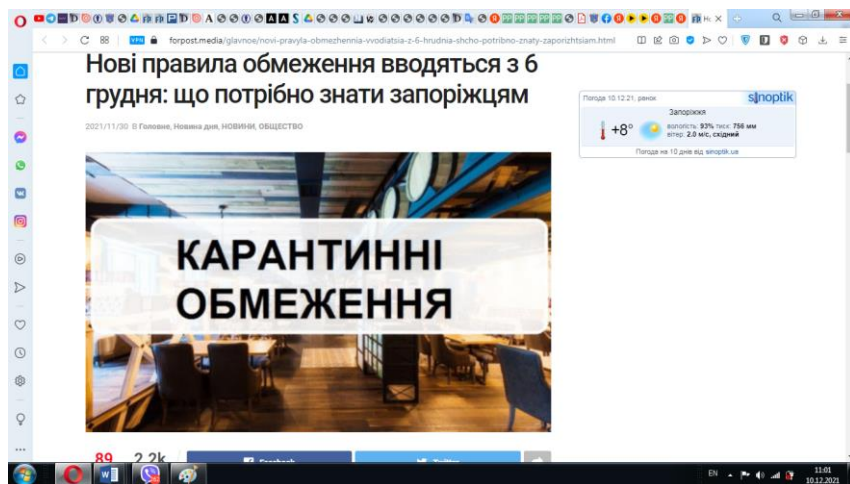


Рис. 2.2.6. Скріншот «Форпост».

Стосовно категорії новин розділу «Україна» за вересень опубліковано матеріали з такими назвами : «Троє уродженців Запоріжжя увійшли до списку найбагатших людей України» [2], «Служба безпеки України закликає українців повідомляти про випадки можливої загрози нацбезпеці країни» [1], «Верховна Рада прийняла закон про олігархів» [1], «Відомого запоріжця розкритикували за відпочинок із дельфінами».

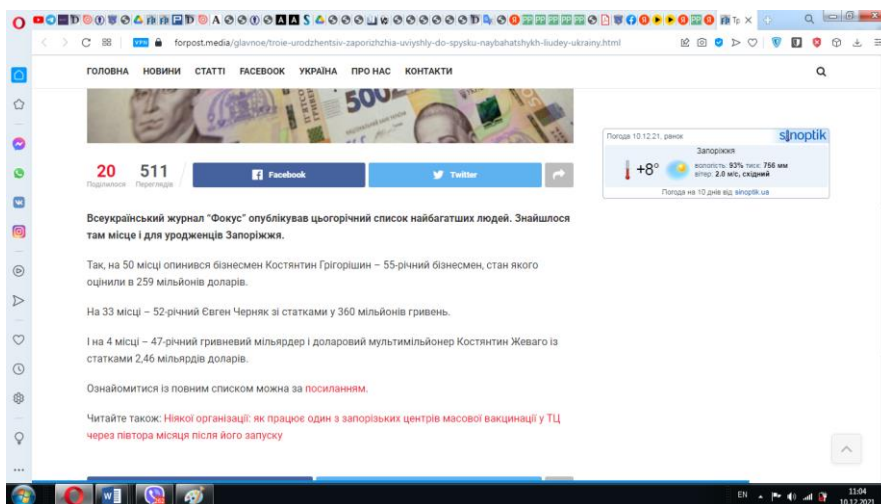


Рис. 2.2.7. Скріншот «Форпост».

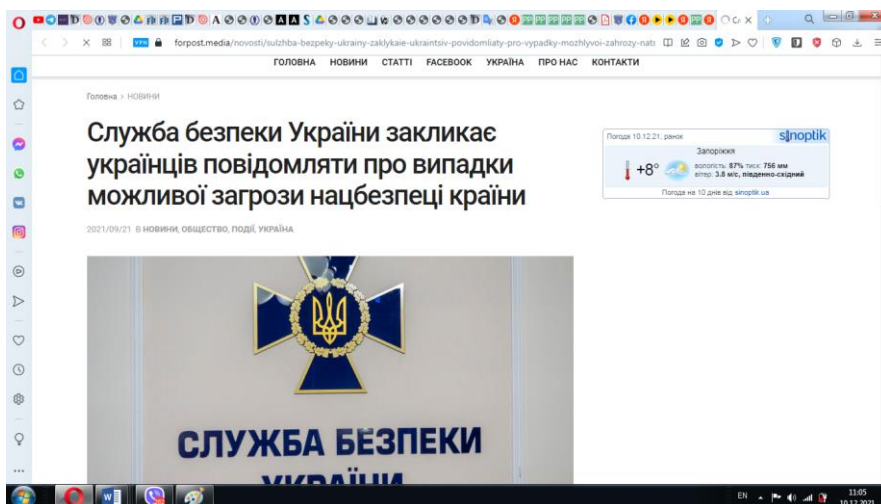


Рис. 2.2.8. Скріншот «Форпост».

За жовтень матеріал з назвою «Телеканал «UA:ПЕРШИЙ» заявив про тиск з боку Офісу президента, — журналістка».

На сайті «Форпост» у розділі «Кримінал» більшість тем висвітлюється на тему незаконної торгівлі та вбивств: «В Запоріжжі на Центральному ринку викрито контрабанду тисячі пачок цигарок» [1], «Запоріжці через соціальну мережу купували підроблені ПЛР-тести та COVID-сертифікати: зловмисників затримано. ФОТО» , «На Запоріжжі 92-річний чоловік покінчив із собою», «На Запоріжжі чоловік через ревності намагався застрелити знайомого».

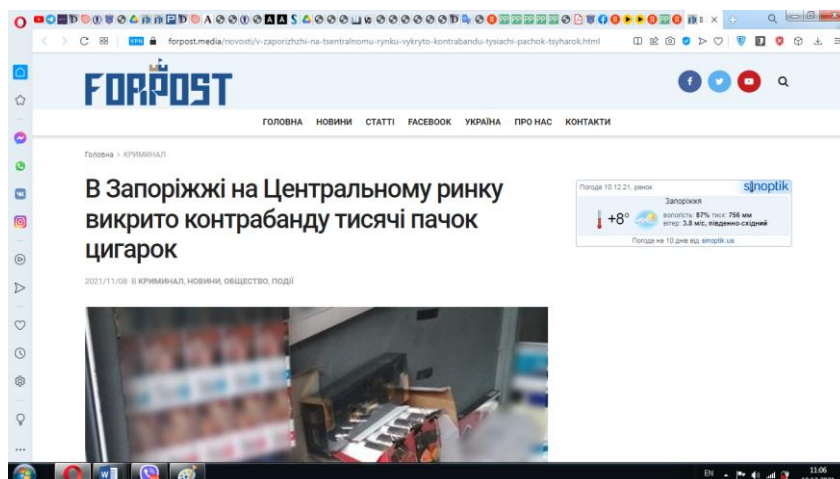


Рис. 2.2.9. Скріншот «Форпост».

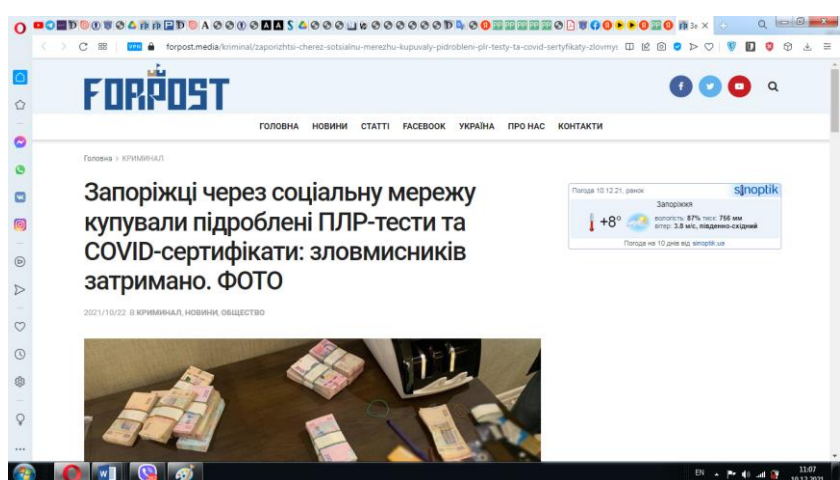


Рис. 2.2.10. Скріншот «Форпост».

У розділі «Краще з Facebook» висвітлюються теми, які змусять задуматись читача. Наприклад публікація з назвою «Хортиця ризикує втратити особливих птахів». Журналіст повідомляє про те що встановлення лазерного шоу на острові Хортиця може зашкодити популяції птахів.

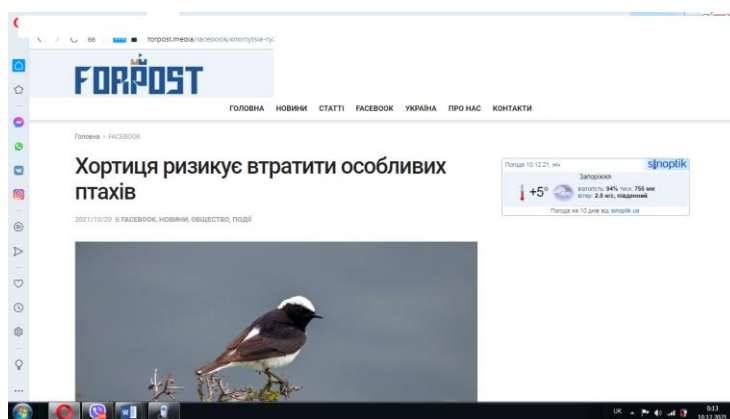


Рис. 2.2.11. Скріншот «Форпост».

Також на сайті є висвітлення матеріалів про допомогу рис. 2.2.12. людям у важкій ситуації : «Бабуся помирає від ускладнень ковіду у шостій лікарні Запоріжжя» та рис. 2.2.13. «Ми маємо піклуватись один про одного: Запоріжці, які розвозять пакунки від «Фонду Порошенка» розповіли, чому стали волонтерами».

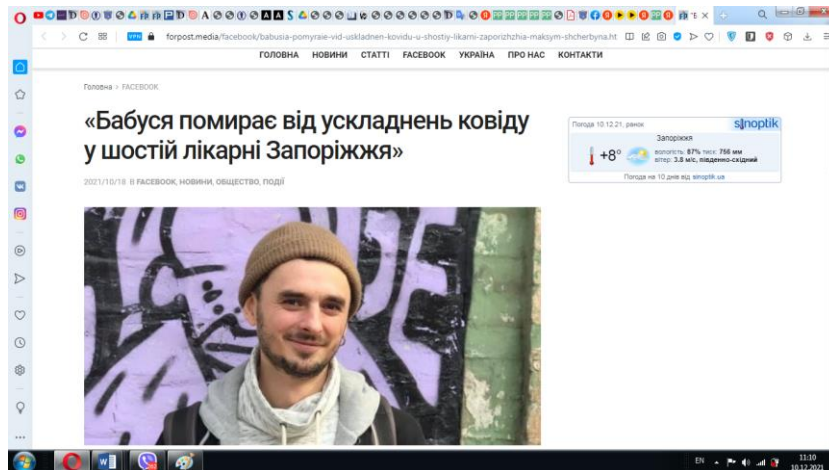


Рис. 2.2.12. Скріншот «Форпост».

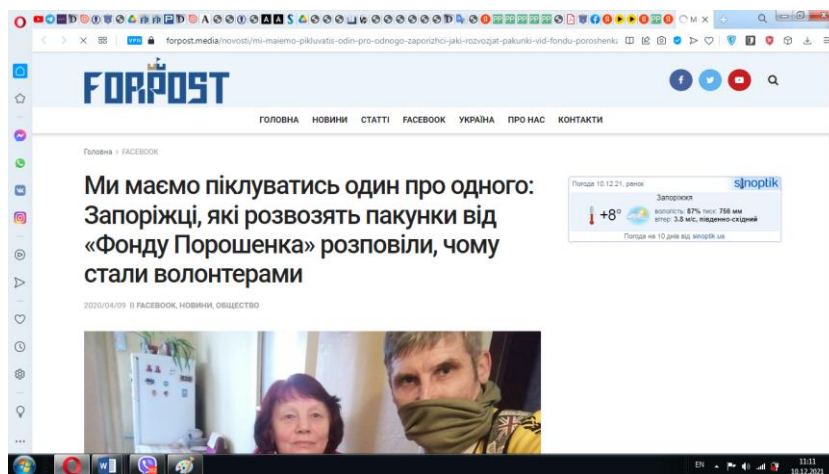


Рис. 2.2.13. Скріншот «Форпост».

За жовтень місяць на сайті «Форпост» опубліковане інтерв'ю із народним депутатом, головою Запорізької територіальної організації партії «Європейська Солідарність» . У цьому матеріалі депутат розповів про створення партії та її команди .

Інтерв'ю з назвою «До мрій попри все»: у Запоріжжі представили інклюзивну виставу» . Читачам представлено інтерв'ю із керівницею і авторкою проєкту Дергач Маргаритою Альфрїтівною, яка розповідає про унікальність вистави, ролі для героїв, підготовку.

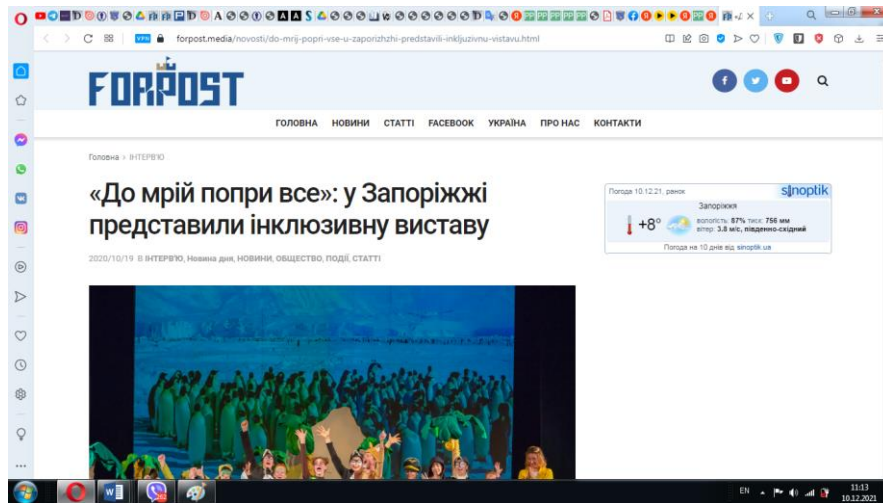


Рис. 2.2.14. Скріншот «Форпост».

В інтерв'ю за жовтень «Микола Белий розповів про європейські стандарти медицини та реальний її рівень у Запоріжжі» член фракції «Європейська Солідарність» та успішний бізнесмен Микола Белий розповів про проблеми, з якими стикаються підприємці у Запоріжжі при відкритті свого бізнесу, а також порушив питання сучасного становища медицини.

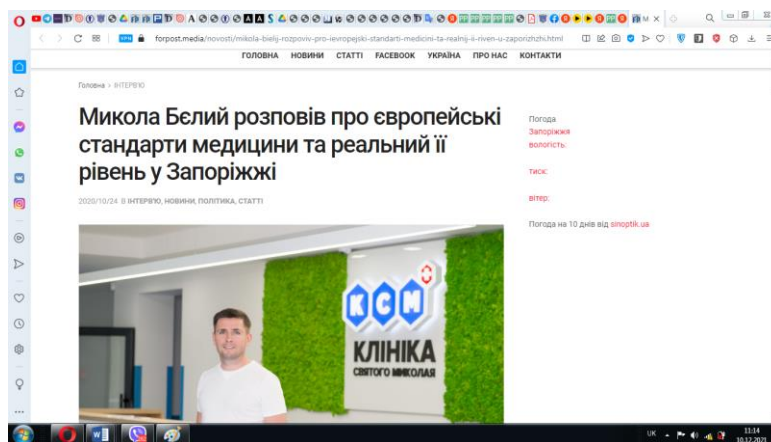


Рис. 2.2.15. Скріншот «Форпост».

Інтерв'ю «Зі стереотипами я стикалась кожного разу - Дінара Габібullaєва, депутатка Київської міської ради, голова ВГО «Солідарна Молодь», розповіла про те, як молодій жінці у бути «великій політиці».

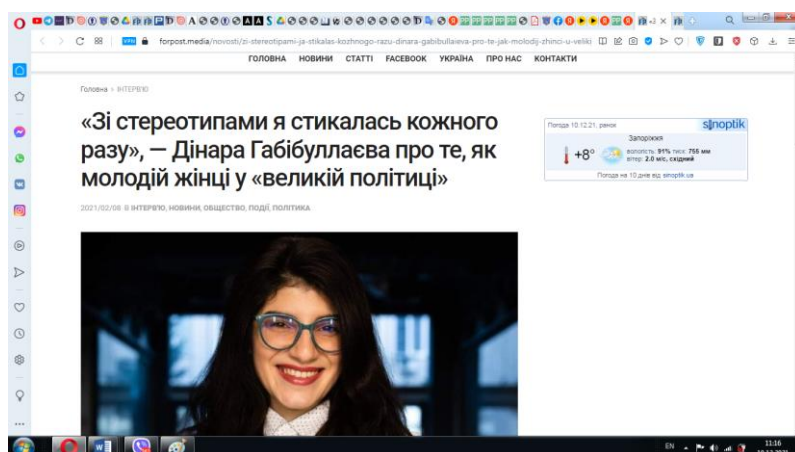


Рис. 2.2.16. Скріншот «Форпост».

На сайті представлені історії відносин: Зокрема матеріал «Історія кохання у родині запорізьких блогерів — освідчення закордоном, блог для дитини та створення власної пивоварні» - це історія про родину блогерів, які розповіли, як проводити кожен день разом та не набридати .

В інтерв'ю під назвою «Мільйон на стерилізацію тварин, відсутність притулків та жорстокість людей» зоозахисниця, засновниця ГО «Запорізька зоозахисна ліга» Ірина Позднякова розповіла, як живеться тваринам у Запоріжжі», якою є ситуація наразі із тваринами у Запоріжжі, як починати робити кроки гуманності.

Інтерв'ю «Запорізька тхеквондистка Вікторія Марчук: «Дякувати Богові, я займаюсь тим, що дійсно люблю» розповідає про спортивну кар'єру, як героїня потрапила до спорту, про свої досягнення, перспективи та цілі.

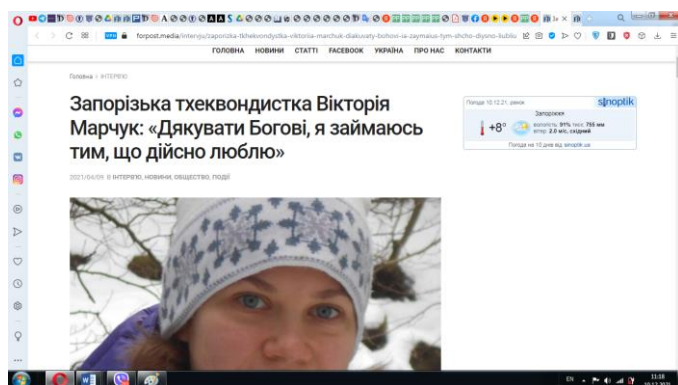


Рис. 2.2.17. Скріншот «Форпост».

У розділі категорій новин «З життя» представлені такі матеріали: «На відомий в Запоріжжі ресторан склали акт за порушення стану навколишнього

середовища» у публікації розповідається про звернення до редакції «Форпосту» мешканців бульвару Шевченка через занепокоєння станом води у річці на Центральному пляжі міста.

Новина з назвою «Запоріжці масово обурюються через комарів на морі: дітям після укусів викликають «швидку»» висвітлює проблему містян з питання укусу комахами дітей. У публікації насичена фактами про випадки та скарги людей з цією проблемою.

Новина з назвою «У Запоріжжі школярка створила небезпечну групу в соцмережах» розповідає про притягнення до кримінальної відповідальності за статтею доведення до самогубства. У новині говориться про ученицю 11 класу, яка була куратором «групи смерті» в соціальних мережах.

У розділі «Головне», ми можемо проглянути матеріали про такі ситуації: «На Запоріжжі в холодному та брудному будинку знайшли дитину: що вирішив суд». Новина про семирічного хлопчика, який залишився в холодному будинку без опалення, батько якого був у стані алкогольного сп'яніння та не займався вихованням сина.

У розділі «Фото дня» представлені фоторепортажі. А новина «Запорізький фотограф зафіксував одразу декілька рідкісних явищ у небі: фото» розповідає про те, що запорізькі фотографи встигли сфотографувати унікальні явища, серед них такі: параселена, гало, місячні стовпи, а також Юпітер на зоряному небі.

Матеріал «В Запорізькій області зафільмували червонокнижних птахів під час перепочинку», подає знімки пеліканів, які перебували в районі Молочного лиману, що з'єднаний з Азовським морем.

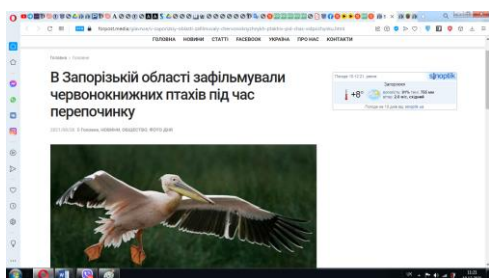


Рис. 2.2.18. Скріншот «Форпост».

Матеріал «В Запоріжжі проходить фестиваль консервації: перший день» - це фоторепортаж про подію на яку приїхали підприємці зі своєю продукцією , на який приїхали підприємці зі своєю продукцією, з різних міст України.

Матеріал «В Запоріжжі відбувся «Велопарад дівчат»: як це було, — ФОТОРЕПОРТАЖ» . Матеріал розповідає про шаблон , що на велосипеді можна кататися тільки в спортивному одязі. Дівчата, які брали участь у параді

У публікації «Моє прекрасне Запоріжжя»: місцевий фотохудожник вперше представив свої роботи запоріжцям: ФОТОРЕПОРТАЖ» розповідається про презентацію робіт запорізького художника Євгена Мерзлікіна .

Матеріал «Як в Запоріжжі проходили антитерористичні навчання (Фото)» розповідає про завершення дводенних антитерористичних навчань. До публікації також додані фотоматеріали.

Аналізуючи матеріали сайту «Репортер.УА» ми виявляємо, що у розділі «Здоров'я» відображається тематика пандемії. До них них входять такі матеріали: «Коронавирус в Запорожской области: за сутки 474 новых случая», «Все ковидные больницы Запорожской области оборудуют потоковым кислородом – ОГА», «В запорожской больнице рассказали, как лечат детей с коронавирусом», «В больницах Запорожской области занято 72% коек с кислородом», «Опубликован график работы Центров массовой вакцинации от COVID-19 в Запорожье».

Тематика культури на сайті «Репортер.УА» висвітлюється досить активно. Серед них такі публікації «В Полтавской области археологи нашли уникальные подвески. Фото» , «В Китае нашли гробницы возрастом около 1900 лет», «В Запорожской области сохранилась старая церковь, которой более 100 лет. Видео», «Археологи нашли уникальные артефакты на территории Софии Киевской. Фото». Можна сказати що таких матеріалів із новиною про те що археологи знайшли підвіски або гробниці та інше опубліковано багато.

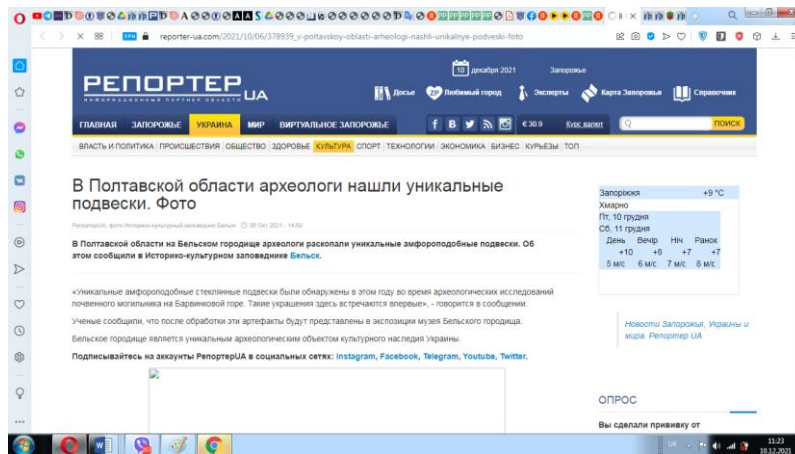


Рис. 2.2.19. Скріншот «Репортер.UA».

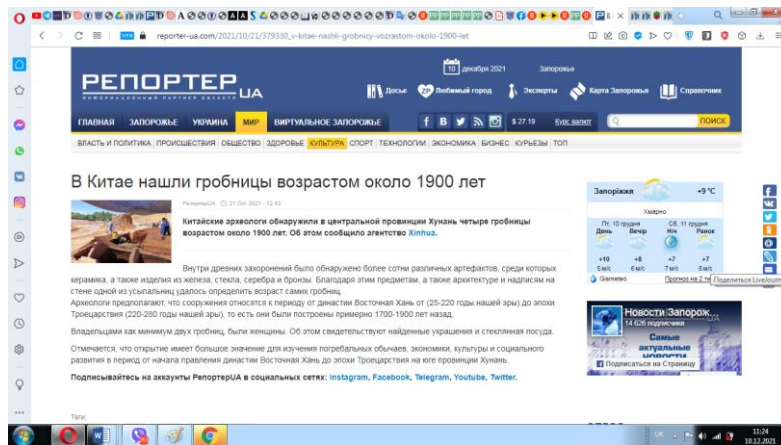


Рис. 2.2.20. Скріншот «Репортер.UA»

Спортивна тематика на сайті «Репортер.UA» більшість публікацій протягом вересня про вид спорту - футбол. Серед них такі публікації: «В Запорожье «Заря» проиграла именитому клубу «Рома». Фото», «Судья против. Зачем нужно заранее узнавать арбитров интересных матчей», «Итоги стартовых туров для «Кристал Пэлас»».

Також на сайті «Репортер.UA» чимало новин про паралімпійські ігри: «В Токио прошло открытие Паралимпийских игр», «Украинские спортсмены завоевали первые медали на Паралимпиаде», «Украина завоевала первую золотую медаль на Паралимпиаде», «Украина завоевала уже три золотых медали на Паралимпиаде», «Запорожская легкоатлетка Мария Помазан завоевала «золото» на Паралимпиаде в Токио», «В Запорожье встретили призеров Паралимпийских игр. Фото».

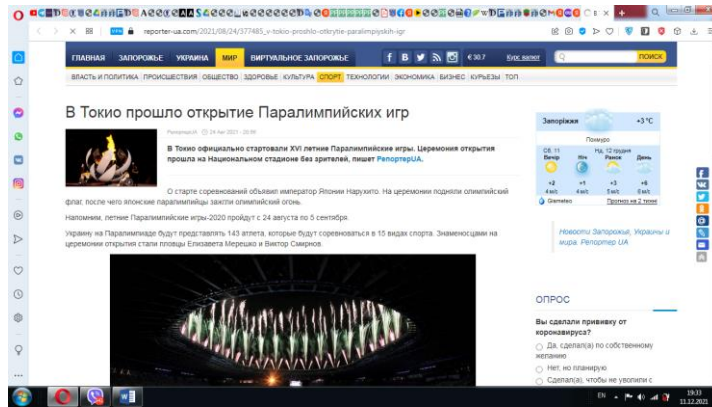


Рис. 2.2.21. Скріншот «Репортер.UA»

У розділі «Технології» чимало публікацій стосовно хвилюючої теми для більшості запоріжців – мостів. На сайті простежуються такі публікації: «В Запоріжжє смонтували останній вант моста. Фото. Відео», «В Запоріжжє балочний мост через Дніпр готов на 75% . Фото», «В Запоріжжє на вантовому мосту смонтували четверту секцію низової частини. Відео», «В Запоріжжє почали укладувати гусасфальт на під'їзді до верхньої частини вантового моста. Фото», «В Запоріжжє почали монтаж низової частини вантового моста. Фото».

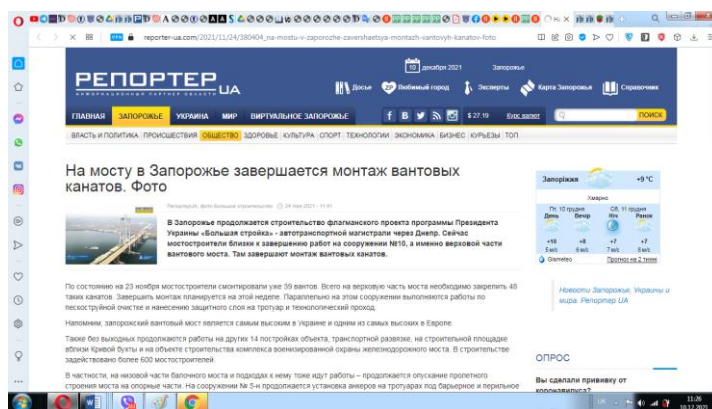


Рис. 2.2.22. Скріншот «Репортер.UA»

У розділі «Економіка» більшість новин стосовно цінової політики. Серед них такі публікації: «Запоріжжєські депутати розглянули проект обласного бюджету на 2022 рік», «Запоріжжєцям на замітку: з 1 грудня в Україні підвищили мінімальну зарплату», «В Запоріжжє підтримали можливість зниження абонентської плати за тепло та гарячу воду», «В Європі ціна на газ перевищила 1200 доларів», «Бензин подешевіє більше ніж на 1 грн», «В Європі газ подешевів до 990 доларів».



Рис. 2.2.23. Скріншот «Репортер.УА»

У розділі «Бізнес» матеріали на такі теми, серед яких: «В Запорозьє запустили серію безплатних онлайн-тренінгов для починаючих підприємців», «В Запорозьє запустили серію безплатних онлайн-тренінгов для починаючих підприємців», «В Запорозьє продовжується прийом заявок на фестиваль бізнес-ідей «Startup Fest – 2021» .

ВИСНОВКИ

У ході дослідження було проаналізовано тематику і структуру новин онлайн медіа, визначено сутність понять новин онлайн-медіа та їхніх характерних рис. Нами було проаналізовано критерії побудови новин онлайн-медіа. Аналіз теоретичних досліджень вітчизняних та зарубіжних журналістикознавців А. Амзіна, В. Недбай, І.Бикова, В.Мироненка, С.Аксьонова, М.Чабаненко та надав нам можливість визначити поняття новин онлайн-медіа .

Новини - це оперативне інформаційне повідомлення, яке містить суспільно важливу та актуальну інформацію, що стосується певної сфери життя суспільства загалом чи окремих його груп.

Загалом головними рисами новин медіа є такі: оперативність, мобільність, універсальність, інтерактивність, мультимедійність. Зокрема дослідниця О. Самуляк стверджує, що перша унікальна риса, яка належить тільки Інтернет- медіа, - гіпертектуальність.

На думку проаналізованих нами дослідників, новина - це одноразовий предмет, який читачі не звикли використовувати багато разів. Добре написане повідомлення задовольняє інтерес з першого разу і не потребує перечитування.

Саме тому на думку вчених, формулюючи професійні вимоги до інтернет-журналістів, необхідно володіти комп'ютерною технікою та інтернет-технологіями.

У ході роботи над теоретичними джерелами нами розглянуто такі вимоги до побудови онлайн-медіа як заголовок, лід, бек, гіперпосилання та інші.

Як реалізуються ці вимоги щодо тематики і структур новин на практиці, ми проаналізували на прикладі запорізьких видань за вересень, жовтень, листопад 2021 року.

Зміст новини завжди формується одним коротким реченням – заголовком. Якщо для уточнення новини потрібно ще речення, можливо додати

лід, який допоможе зорієнтувати читача в змісті матеріалу. Лід розміщують після заголовку й перед основним текстом. Але він не дублює заголовок, а лише доповнює його.

Стосовно заголовку, то він має бути лаконічним, саме від того, як журналіст його подав, залежить, чи будуть читати матеріал у стрічці новин на сайті, чи знаходитимуть його через пошукові сайти або ділитимуться у соціальних мережах.

Новинний текст має відповідати на п'ять головних питань – Хто?, Що?, Де? Коли?, Як?, Чому? .

Бекграундом є доповнення в необхідності додаткової інформації. Бек розташовується не вище перших двох-трьох абзаців матеріалу, пов'язуючи новину з тим, що було відоме раніше або відбувалося.

Класифікація за тематикою, традиційно, поділяє інтернет-ЗМІ на суспільно-політичні, бізнесові, культурні, спортивні, розважальні, «жовті», гумористичні видання тощо.

«Форпост» - це запорізьке незалежне інтернет-видання. Основна тематика: події міста, політика, кримінал. Головним редактором сайту «Форпост» з 2013 року є Мирослава Балабан. Створив інтернет-видання «Форпост» Юрій Гудименко та Олег Чернов в 2016 році.

Інформаційний портал «Репортер.УА» працює на інформаційному ринку міста Запоріжжя з 2008 року. Входить в Медіахолдинг «Репортер Запоріжжя», який належить Інні Артюх. На сьогодні посаду головного редактора посідає Інна Нарбут, редакційний відділ складається з 4 осіб: фотокореспондент – Андрій Глущенко, редактор новинної стрічки – Дмитро Шевляков, журналіст – Ольга Кравченко, відеооператор – Олександр Гавриленко. Висвітлюються новини світу, України та Запоріжжя.

За результатами нашого дослідження, можна констатувати, що сайт «Форпост» має норми оформлення, так на вхідній сторінці вказана назва сайту, логотип, розділи, основні рубрики, реклама, новинна стрічка, текстові, фото- та відеоматеріали.

Онлайн-видання «Репортер.UA» також оформлене згідно вимог- зручне сприйняття в належному вигляді. У лівому кутку сторінки, що є зручно для читачів, розміщена назва сайту. Головні новини подаються одразу під назвою сайту.

Стосовно оперативності подачі матеріалів новинних сайтів «Форпост» та «Репортер.UA», інформація на першому сайті оновлюється в проміжках від 1 до 20-ти хвилин. А на «Репортер.UA» - від 5 до 30-ти хвилин.

Якщо говорити про різницю обох сайтів, то можна сказати, що особливістю сайту «Репортер.UA» є карта міста Запоріжжя, на якій наявні помітки готелів та ресторанів, що стане помічником для туристів та допоможе в пошуку певних закладів містянам, чого немає на сайті «Форпост».

Стосовно гіпертекстуальності, то на «Форпост» є внутрішні і зовнішні гіперпосилання. На сайті «Репортер.UA» більшою мірою представлені внутрішні.

Мультимедійність на сайтах представлена різнобічно, на обох медіа є і фотоматеріали, і аудіо. З сайту можна поділитись публікаціями Facebook, Twitter та Youtube, ми вважаємо це досить зручно для аудиторії.

Якщо говорити про недоліки сайтів «Форпост» та «Репортер.UA», то вони є. Так «Репортер.UA» не пропонує користувачам анімаційні та графічні зображення, інфографіку, статистичну чи динамічну, аудіоформати, графіки, діаграми, використання відео та фото є лише у традиційному форматі. Все це свідчить про недостатню розвиненість інформаційного порталу, обмежений спектр.

Стосовно «Форпост»: користувачі сайту не мають змоги залишати свої коментарі, є лише можливість поділитись цією публікацією через соціальні мережі.

Окрім того, деякі онлайн новини на сайті «Форпост», як ми зазначали, – це передруки з сайту першоджерела. При цьому текст повідомлення, частіше за все, друкується без суттєвих змін. Інколи змінюється заголовок, щоб він відповідав стилю видання. Звичайно, в кінці кожного матеріалу є посилання на

оригінал. Наявність посилань на першоджерело та можливість гіпертекстового зв'язку з ним свідчить про професійність журналістів видання.

Щодня на сайті «Форпост» з'являється близько 15 новин. За місяць, наприклад за вересень 2021 року, на сайті опубліковано 450 новинних матеріалів.

Сайт «Репортер UA» розпочинає свою роботу з 9 ранку. Стрічка новин на сайті «Репортер. UA» оновлюється 3-4 рази на годину в робочі дні тижня. На сайті «Репортер UA» з'являється близько 12 новин щодня.

Новини на сайті подаються російською мовою. Якщо порівнювати із сайтом «Українська правда», то на сайті «Репортер UA» гіпертекстова організація не так розповсюджена. Не завжди за гіперпосиланням можна перейти на інші сторінки видань.

Моніторинг сайту «Репортер.UA» за вересень, жовтень та листопад показав аналогічну кількість матеріалів впродовж місяця – це 450 новинних публікацій.

Порівнюючи сайти «Форпост», «Репортер.UA», вважаємо, що за тематикою та рубриками останній із них різноманітніший.

На цьому сайті виходить більша кількість матеріалів кожної рубрики

Отже, можна стверджувати, що аналіз інтернет видань показав, що сучасні онлайн ЗМІ відрізняються від газетних аналогів. У свою чергу онлайн журналістика є головним засобом та джерелом передачі інформації для людей. Це й сприяє її динамічному розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Амзин А. Новостная интернет-журналистика: учеб. Пособие Москва: Аспект Пресс, 2011. 142 с.
2. Акопов А. И. Типологические признаки сетевых изданий. Ростов : Филол. вестник Рост. Университета. 2000. 95 с.
3. Артамонова І. Жанри онлайнної журналістики. Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. 2008. URL: <https://goo.su/atyq> (дата звернення:10.11.2021)
4. Аксьонов С. С. Новини в медіа : Навчально-методичний посібник для студентів соціологічного факультету. Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2011. 57 с.
5. Аудитория Интернета, Украина, Март 2014 г. URL: <https://goo.su/9nTL> (дата звернення: 18.11.2021).
6. Артамонова І. Жанри онлайнної журналістики. Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. 2008. URL : <https://goo.su/Pgd> (дата звернення: 28.09.2021) .
7. Бернерс-Лі Т. Заснування Павутини : З чого починалася і до чого прийде Всесвітня мережа / пер. з англ. А. Іщенко. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2007. 207 с.
8. Больц Н. Азбука медиа. Москва: Издательство «Европа», 2011.136 с.
9. Быков И.А. Интернет-журналистика: специфика и перспективы развития Средства массовой информации в современном мире: материалы межвузовской научно-практической конференции / Под ред. В. И. Конькова. СПб.: Изд-во С.-Петербургского ун-та, 2002. С.207-208.
10. Базарова А. А. Гипертекстуальность как базовая характеристика интернет-СМИ. Актуальные вопросы филологических наук : материалы междунар. науч. конф. – Чита: Издательство Молодой ученый, 2011. С. 151-152.
11. Блокдва О. Интернет-СМИ как часть медиасистемы. Москва : Колос, 2013. 190 с.

12. Броварська О. А. Мультимедійність, знак та інтерпретація тексту : до проблем семіотичних студій у публіцистиці . Хмельницький інститут соціальних технологій Університету «Україна». 2015. URL : goo.gl/iVvk4gs. (дата звернення: 20.03.2021).
13. Бурило Ю.П. Щодо визначення адміністративно-правового статусу Інтернет-видань та організаційно-правових засад державного управління в сфері їх діяльності // <https://goo.su/gzQ> (дата звернення:17.06.2021).
14. Вайшенберг З. Новинна журналістика: навчальний посібник . Київ: Академія української преси, 2004. 262 с.
15. Василенко М. К. Функціонування групи інформаційних жанрів пресової журналістики в сучасних соціально-економічних умовах. URL: <https://goo.su/KAJ> (дата звернення : 10.08.2021) . \
16. Вартанова Е. К чему ведет конвергенция СМИ? Вып. 5. 1999. URL: <https://goo.su/9ujk>
17. Видавнича справа в Україні: історія та сучасність : доповіді Другої Всеукраїнської студентської наукової конференції 3-4 квітня 2008 року / За ред. М. С. Тимошика ; упоряд. І. Д. Плехова. Київ, 2008. 200 с.
18. Виговська Н.А. Теорія та історія журналістики. Журналістські жанри в мультимедійному світі. Запоріжжя. 2013. URL: <http://wsc.kyumu.edu.ua/toms/10/060-062.pdf>
19. Вейлер К., Маурер Р. Сетевые СМИ – другая журналистика. / БГУ Институт журналистики. 2000. URL: <https://goo.su/9ygu> (дата звернення: 08.07.2021).
20. Гвоздєв В. Медіаконвергенція як чинник трансформацій ЗМІ та їхньої аудиторії. Освіта регіону : Політологія. Психологія комунікацій : укр. наук. журн. 2012. №4. С. 164. URL : <https://goo.su/9klG> (дата звернення:10.11.2021).
21. Гол Дж. Онлайн-журналістика / пер. з англ. Київ : К.І.С., 2005. 344 с.

22. Городенко Л. М. Типологія Інтернет-видань. Друкарство. 2004. №5. С. 25-28.
23. Градюшко А. Современные мультимедийные форматы аналитических жанров рэд. В. П. Вараб'єва. Москва: БДУ, 2016. С. 192–197
24. Градосельская Г. В. Анализ социальных сетей. Автореферат диссертации по специальности: Теория, методология и история социологии. Москва: 2001. URL: <https://goo.su/9gpZ> (дата звернення: 13.09.2021).
25. Джаилс Б. Журналистика в эпоху «Всемирной паутины». Библиотека журналиста. URL: <https://goo.su/i79> (дата звернення: 25.08.2021).
26. Динаміка використання Інтернет в Україні / Київський міжнародний інститут соціології. URL : <https://goo.su/9iCb> (дата звернення:15.10.2021).
27. Денисенко В. Майбутнє ЗМІ – за мультимедійністю: Чому газетам не треба боятися інтернету . День.2005. 20 квітня. (№70). С.
28. Женченко М. І. Новітні редакторські професії в умовах конвергенції та мультимедіатизації ЗМІ. Наукові записки Інституту журналістики: зб. наук.пр. 2012. Т. 49. С. 142–146 .
29. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. Москва: 2010. 200 с.
30. Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» від 16.11.1992 №2782–ХІІ // Голос України. 1992.8 грудня. URL: <https://goo.su/URG> (дата звернення:09.08.2021).
31. Захарченко О.Б. Реакція аудиторії на контент Інтернет-видань у передвиборчий період 2012: наукова робота на здобуття кваліфікації магістра Київ: Кафедра електронних видань та медіа дизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. 2013. 103 с.
32. Зиновьев И. В. Синтетические медиа будущего : мультимедийность и мультиавторство . Известия Уральского федерального университета. 2013. № 2 (113). С. 271.

33. Интернет СМИ : Теория и практика : Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. М. М. Лукиной. 2010. 348 с.
34. Интернет-видання «Форпост». URL: <https://forpost.media/pro-nas> (дата звернення: 02.11.2021).
35. Интернет-видання «Репортрер.UA». URL: <https://goo.su/9LyL> (дата звернення: 05.11.2021).
36. Іоанна Нарчіса Крецу – Міхаїл Гузун – Любов Василик (Видавці) Підручник з крос-медіа Crossmedia and Quality Journalism Co-funded by the Tempus programme of the European Union.
37. Калмыков А.А. Интернет-журналистика: учеб. пособие для вузов / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. 383 с.
38. Коцарев О. О. Интернет-сайти: функціонально-змістова типологія / О. О. Коцарев. URL: <https://goo.su/b1M> (дата звернення: 14.10.2021).
39. Коулз М. Хороший заголовок + SEO: це реально. URL: <https://goo.su/o9F> (дата звернення: 15.08.2021).
40. Крейг Р. Интернет-журналистика / Р. Крейг. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2007. 324 с.
41. Кандиба І. Что такое новые медиа?. URL: <https://goo.su/Lgt> (дата звернення: 20.10.2021).
42. Кастельс М. Галактика Интернет : Размышления об Интернете, бизнесе и обществе . Екатеринбург : У-Фактория (при участии Гуманитарного ун-та), 2004. – 328 с.
43. Кирия И.В. Теоретические аспекты мультимедийности в СМИ. Пособие по мультимедийной журналистике Москва. : Изд-во МГУ, 2009. 259 с.
44. Ким М. Н. Технология создания журналистского произведения. Санкт-Петербург : Изд-во Михайлова В. А., 2001. 135 с.
45. Ларот Т. Как будет развиваться журналистика в ближайшем будущем : прогноз от института Reuters. URL: <https://goo.su/abn6> (дата звернення: 21.09.2018).

46. Левін П. Профі в епоху digital. 10 основних навичок сучасного журналіста. URL: <http://medialab.online/news/profi-v-epohu-digital-10-osnovnyh-navy-chok-suchasnogo-zhurnalista/> (дата звернення: 21.09.2018).
47. Лихачев Н. Соцсети для медиа: как работала команда SMM РИА Новости 2014. 21 апреля. URL: <http://tjournal.ru/paper/ria-smm> (дата звернення: 20.11.2019).
48. М. Лукина, И. Д. Фомичева. СМІ в просторанстве Інтернета . Москва : Факультет журналістики МГУ ім. М. В. Ломоносова, 2005. 87 с.
49. Машкова С. Інтернет-журналістика: учебное пособие. Тамбов : Изд-во тамб. гос. техн. ун-та, 2006. 80 с.
50. Михайлин І. Л. Основи журналістики : підруч. 5-те вид. перероб. та доп. Київ : Центр учбової літератури, 2011. С. 90-93.
51. Нестеряк Ю. В. Інформаційні агентства як об'єкт наукового дослідження. Бібліотека інституту журналістики. URL: <https://goo.su/NqN> (дата звернення: 21.09.2018).
52. Недбай В. Інтернет як нова технологія передачі інформації. Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї. Київ; Миколаїв: Український центр політичного менеджменту, 2009. С. 274–281.
53. Потятиник Борис. Інтернет-журналістика . Львів: ПАІС, 2010
54. Потятиник Б. В. Мережева журналістика: Нариси. URL: <https://goo.su/a5ew> (дата звернення: 11.10.2018).
55. Потятиник Б. Медіа: ключі до розуміння . Львів: ПАІС, 2004. 312 с.
56. Прайс Дж. Текст для Web: доступность и привлекательность. Москва : Вильямс, 2003. 464 с.
57. Рауе П.-Й., Шнайдер В. Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики / пер. з нім. В. Климченко ; за заг. ред. В. Іванова. Київ : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2014. 358 с.
58. Романченко А.Ю. Развитие сетевых СМІ и их правовое регулирование в Российской Федерации // Информационное общество. 2000. №4. С. 28-30.

59. Сапунов В. И. Роль мировых информационных агентств в наполнении глобальных коммуникационных потоков. Журналистика и медиаобразование в XXI веке : сб. науч. трудов междунар. науч.-практ. конф., 25–27 сент. 2006 г. Белгород : Изд-во БелГУ, 2006. С. 78-83.
60. Своєрідність жанрів інтернет-журналістики // ua.referat.com URL: <http://ua-referat.com> (дата звернення:23.11.2020).
61. Соціальна проблематика у блогах українських журналістів // Allbest URL: <http://ua-referat.com> (дата звернення:07.10.2019).
62. Ситник О., Салига П. Основи веб-дизайну(Частина І.) : Тексти лекцій для студентів відділення «Видавнича справа та редагування». Київ: Альфа-М, 2013. 220 с.
63. СМИ в пространстве Интернета: Учебное пособие / Лукина М.М.,Фомичева И.Д. М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2004, 87 с.
64. Социология Интернет-СМИ: Учебное пособие / Фомичева И.Д. М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005. 79 с.
65. Тертичный, О. О. Жанры периодической прессы: навчальний посібник / О. О. Тертичний. Москва: Аспект Пресс, 2000. 312 с.
66. Тонкіх І. Ю. Інтернет-журналістика. жанри в інтернеті: навчальний посібник . Запоріжжя: ЗНТУ, 2017. 130 с.
67. Федорчук А. Особливості створення інформаційнихресурсів на основі традиційних та електронних ЗМІ. Бібліотечний вісник. 2009. № 4. С. 21–25.
68. Федорчук Л. П. Журналіст конвергентної редакції: нові виклики професії. Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. 2010. № 54. С. 209–212. URL: <https://goo.su/Wdt> (дата звернення: 15.11.2020).
69. Фомичёва И. Д. Социология интернет-СМИ : учеб. пособ. / И. Д. Фомичёва. Москва. : Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2005. 79 с.

70. Хітрова Т. Тенденції трансформації класичних жанрових моделей (на прикладі «Репортажних текстових форм») // Журналістика : наук. зб. Київ : Інститут журналістики КНУ, 2010. Вип. 9 (34). С. 89–95
71. Цехан Д. Правове регулювання мережі Інтернет як передумова її декриміналізації. Актуальні проблеми держави і права : збірник наукових праць. 2012. С. 45–51.
72. Ходаков В. Є., Пилипенко Н. В., Соколова Н. А. Вступ до комп'ютерних наук: навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2005. 496 с.
73. Чабаненко М. А. Інтернет-ЗМІ як складова частина системи засобів масової інформації України: монографія / Мирослава Чабаненко. – Запоріжжя: ЗНУ, 2011. 183 с.
74. Черных А. Мир современных медиа. Москва.: Издательский дом «Территория будущего», 2007. (Серия «Университетская библиотека Александра Погорельского»). 312 с.
75. Чекмишев О. В. Основи професійної комунікації. Теорія і практика новинної журналістики: підручник-практикум. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2004. 29 с.
76. Чабаненко М. В. Основи інтернет-журналістики : навчальний посібник для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напрямку підготовки «Журналістика». Запоріжжя : «Просвіта», 2013. 112 с.
77. Чабаненко М. Що відомо і що невідомо про перші українські сайти. URL: <https://goo.su/9oK8> (дата звернення: 25.11.2020).
78. Dominick, J. R. The Internet and World Wide Web / Joseph R. Dominick // The dynamics of mass communication: Media in the digital age McGraw-Hill Higher Education, 2011. P. 308.

ДОДАТОК А

Приклади застосування мультимедіа запорізькими інтернет-виданнями

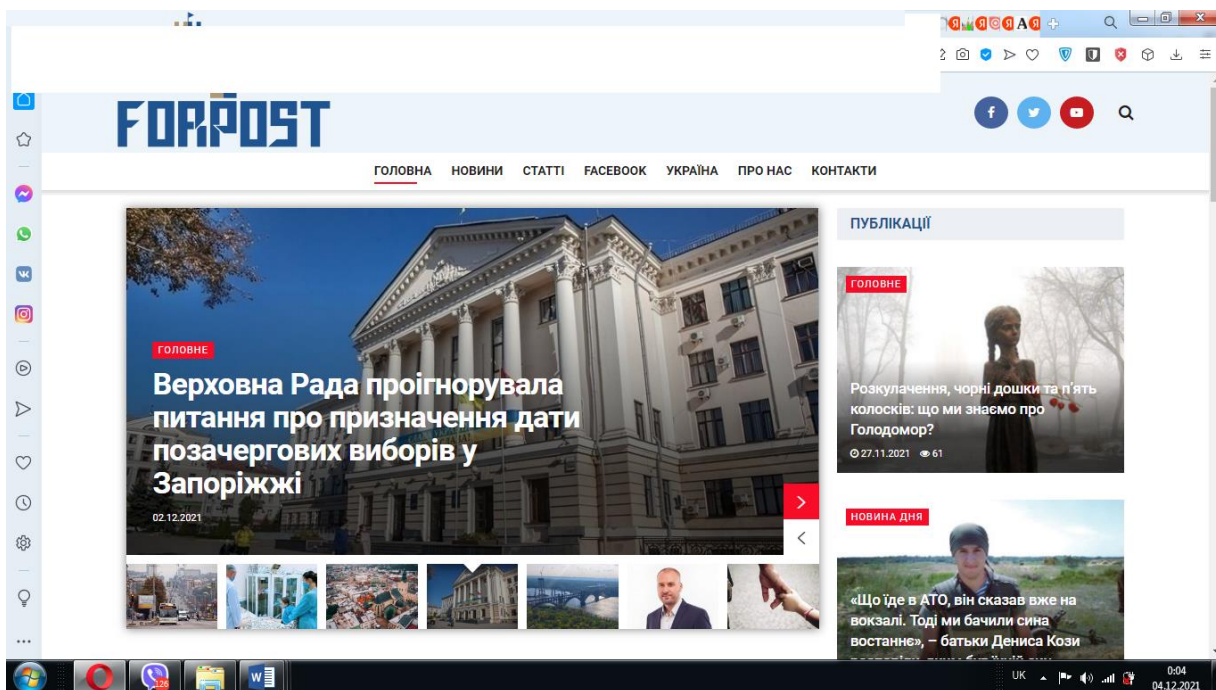


Рис. А. 1. Головна сторінка інформаційного порталу «Форпост» (публікація за 03.12.21 р.).

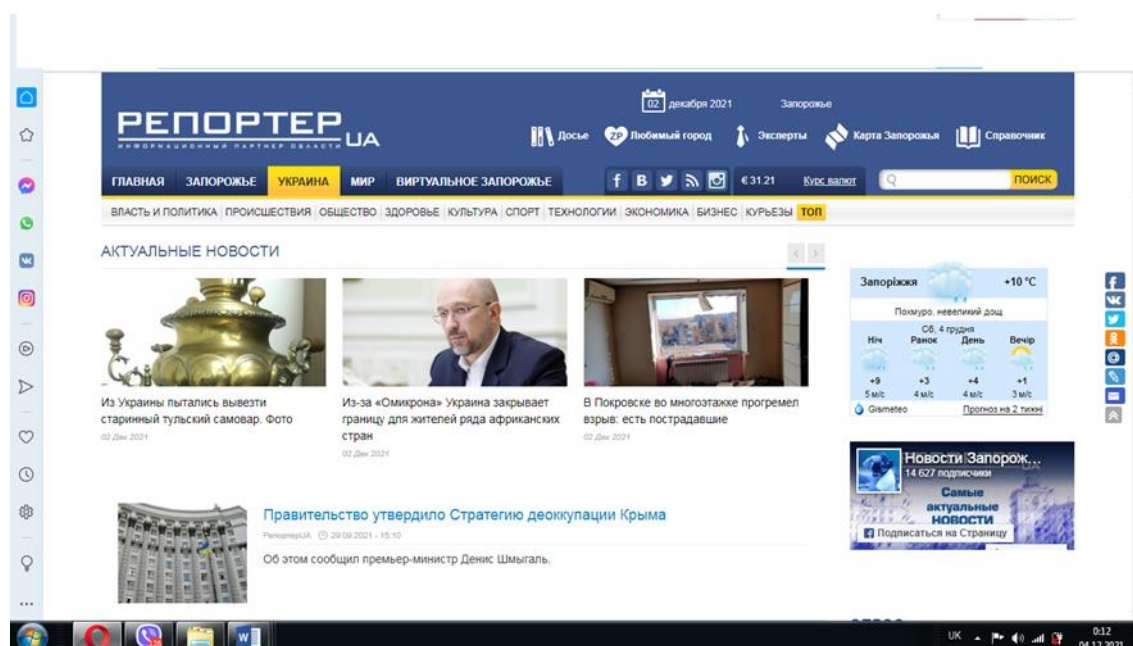


Рис. А. 2. Головна сторінка інформаційного порталу «Репотрер.UA» (публікація за 03.12.21р.).

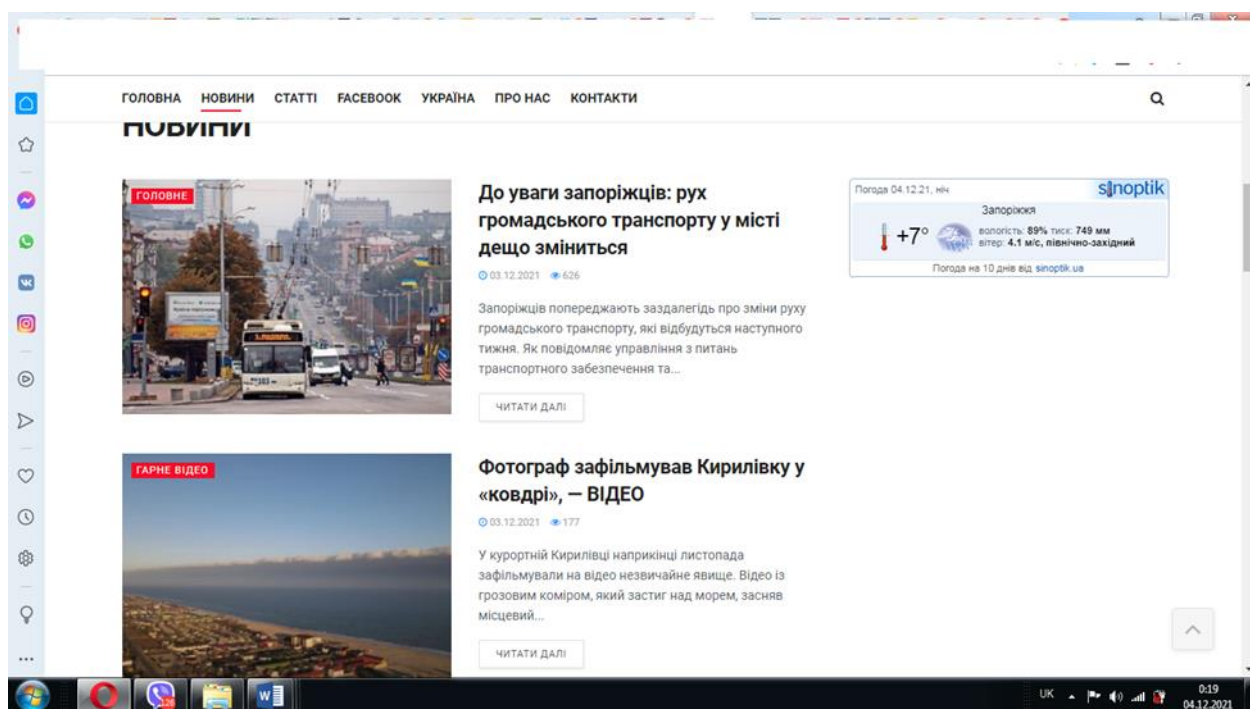


Рис. А. 3. Головна сторінка інформаційного порталу . «Форпост». Розділ – новини (публікація за 03.12.21 р.).

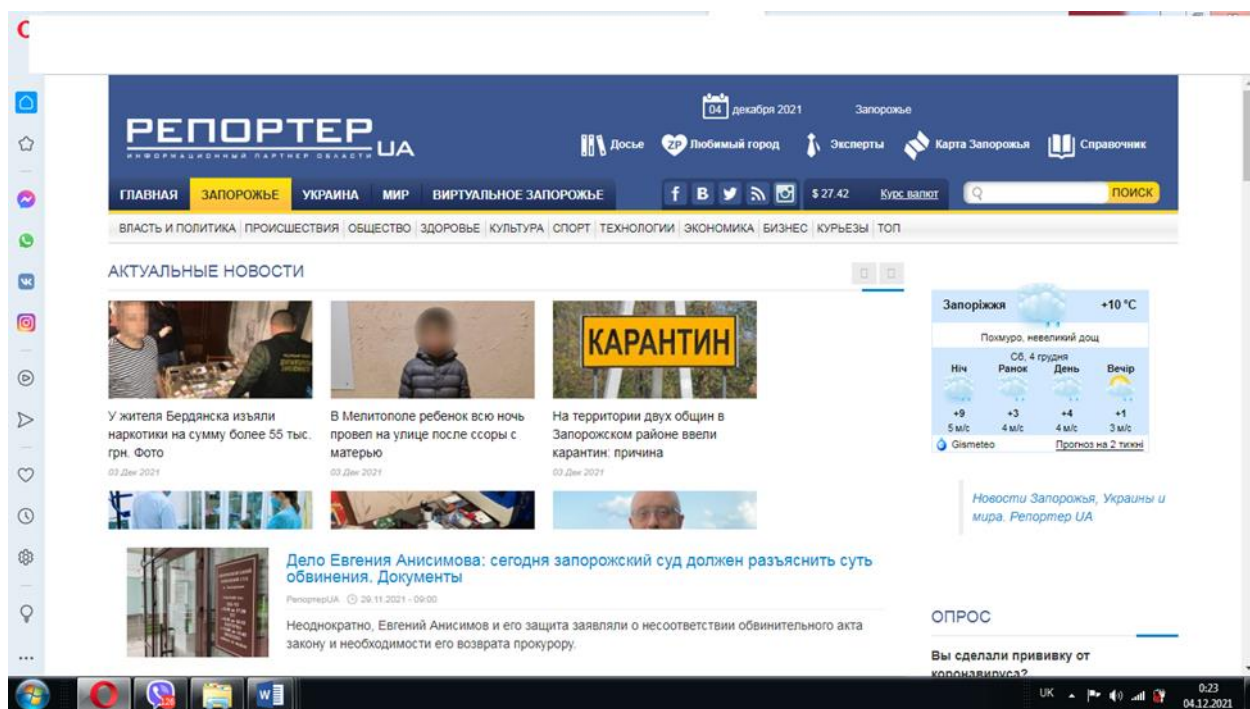


Рис. А. 4. Головна сторінка інформаційного порталу . «Репортер.UA ». Розділ – Актуальні новини (публікація за 03.12.21р.).

SUMMARY

Ivanova O. O. Topics and Structure of News in the Online Media of Zaporizhzhia. Zaporizhzhia. 2021. 95 p.

The diploma work discusses the function of new materials from Zaporizhzhya online media.

The relevance of the study is that the process of multimedia media is becoming a new stage in the development of modern journalism. But now it is very important for every online journalist to understand that in order to interest the audience, he must, in addition to professional presentation of information, have new technologies and tools of multimedia, which can present any news simply, accessible, interesting and visual. The use of multimedia directly affects the level of popularity of the media on the Internet.

The purpose of the study: is to characterize the topic and structure of news in online media. The purpose of the work involves the implementation of certain tasks:

- 1) to study the definition of the concept of online media news, to determine their characteristics;
- 2) consider the criteria for building online media news;
- 3) identify requirements for the submission of news information in modern journalism;
- 4) to characterize the construction and topics of news on the pages of Zaporozhye online publications

Object of research: news in Zaporizhzhya online media "Reporter.UA" (reporter-ua.com), and "Outpost" for September, October, November 2021

Subject of research: functioning of news materials in Zaporizhzhya online media. The following research methods were used in the master's thesis: review of online publications; deduction; monitoring the activities of online media; comparison of the use of multimedia in different media.

Keywords: online media, internet, news, topics, construction, information drive.

**Декларація
академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ**

Я, Іванова Ольга Олександрівна, студентка 2 курсу магістратури, заочної форми навчання, факультету журналістики, спеціальність журналістика, адреса електронної пошти ivanovaolya201798@gmail.com

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Тематика і структура новин на запорізьких онлайн-медіа» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомлена;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи, а також архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата _____ Підпис _____ ПІБ (студент) _____

Дата _____ Підпис _____ ПІБ (науковий керівник) _____