

УДК 070.431:801.82:004.738.5

ПРИЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛИСТИКИ НА САЙТАХ ВЕДУЩИХ ИНТЕРНЕТ-СМИ УКРАИНЫ

М. В. ЧАБАНЕНКО¹⁾

¹⁾Запорожский национальный университет, ул. Жуковского, 66, 69600, г. Запорожье, Украина

Контент сетевых СМИ является важнейшей областью исследований последних лет, которая позволяет обнаруживать и изучать вопросы, касающиеся трансформации методов и приемов журналистики под влиянием функционирования новых медиа. При помощи методов наблюдения и сравнительного анализа проведен обзор ведущих интернет-СМИ Украины в целях выявления особенностей этого сегмента медиарынка. Рассмотрены веб-сайты, занимавшие первые 30 мест в ежемесячном рейтинге популярности, по версии Интернет-ассоциации Украины. Обращено внимание на жанровое и тематическое разнообразие, скорость обновления материалов, применение гипертекстуальности, мультимедийности и интерактивности, качество публикаций, подходы к организации информационных потоков и некоторые черты дизайна. Сравнение публикаций из разных рубрик упомянутых сайтов позволило определить степень их соответствия наиболее современным требованиям. Удалось обнаружить, что в целом украинские интернет-СМИ отражают общие для всей интернет-журналистики тенденции, что, в частности, выражается в активной адаптации текстовых и других форматов медиасообщений к информационному пространству интернета. Результаты этого исследования подтверждают многие ранее известные положения о процессах, происходящих в медиасфере, и служат основой для более детального изучения отдельных аспектов интернет-журналистики на примере работы интернет-СМИ разных стран. Они также могут быть использованы журналистами-практиками для усовершенствования своей профессиональной деятельности.

Ключевые слова: интернет-СМИ; веб-сайт; интернет-журналистика; контент; новости; аналитика; мультимедийность; гипертекстуальность; интерактивность.

THE TECHNIQUES OF MODERN ONLINE JOURNALISM ON SITES OF LEADING ONLINE MEDIA IN UKRAINE

M. V. CHABANENKO^a

^aZaporizhzhya National University, Zhukovskogo street, 66, 69600, Zaporizhia, Ukraine

The content of online media is an important area of research in recent years, which allows to discover and explore issues relating to transforming of methods and techniques of journalism under the influence of new media functioning. Using the methods of observation and comparative analysis a review of leading online media in Ukraine was implemented in order to identify the features of this segment of media market. The web sites, ranked first thirty places in the monthly ranking of popularity according to the data of Internet Association of Ukraine, were reviewed. The attention was drawn to the genres and thematic variety, the speed of materials updates, usage of a hypertextuality, multimedia and interactivity, the quality of publications, approaches to the organization of information flows and some features of design. The comparison of publications from different headings on mentioned web sites has allowed to determine the extent of their compliance with the most modern requirements. It was found that, in the whole, Ukrainian Internet media reflect the general for all online journalism

Образец цитирования:

Чабаненко М. В. Приемы современной интернет-журналистики на сайтах ведущих интернет-СМИ Украины // Журн. Белорус. гос. ун-та. Журналистика. Педагогика. 2017. № 1. С. 83–87.

For citation:

Chabanenko M. V. The techniques of modern online journalism on sites of leading online media in Ukraine. *J. Belarus. State Univ. Journalism. Pedagog.* 2017. No. 1. P. 83–87 (in Russ.).

Автор:

Мирослава Викторовна Чабаненко – кандидат наук по социальным коммуникациям, доцент; доцент кафедры журналистики факультета журналистики.

Author:

Myroslava Chabanenko, PhD (social communications), doцент; associate professor at the department of journalism, faculty of journalism.
MV_letters@ukr.net

trends, which, in particular, are expressed in the active adaptation of text and other formats of media messages to the information space of the Internet. The results of this study confirm many previously known positions on the processes taking place in the media sphere, and may serve as inputs for further more detailed study of certain aspects of online journalism at the example of online media in different countries. They can also be used by practicing journalists to improve their professional activities.

Key words: online media; website; online journalism; content; news; analytics; multimedia; hypertextuality; interactivity.

По данным *Internet World Stats* в Украине в конце 2015 г. насчитывалось более 19 млн пользователей интернета, что составляло около половины населения (43,4 %). Этот показатель обеспечивал стране девятое место в десятке европейских стран с большим числом пользователей. Понятно, что за год уровень распространения интернета среди населения возрос. Осенью 2016 г. появилась информация о том, что «66 % украинцев старше 15 лет пользуются интернетом по меньшей мере раз в месяц», при этом есть основания полагать, что «через пару лет более 70 % украинцев будут подключены к сети» [1].

Хотя среди наиболее посещаемых веб-ресурсов традиционно лидируют сайты поисковых систем и социальных сетей (так, согласно рейтингу компании *Factum Group* в феврале 2016 г. в пятерку лидеров входили *Google*, «ВКонтакте», Яндекс и *Mail.ru* [2]), интернет-СМИ тоже востребованы. Этот сегмент медиарынка активно развивается, оказывая все более заметное влияние на украинское медиaprостранство.

Интернет-ассоциация Украины ежемесячно публикует список ста топовых новостных веб-ресурсов общественно-политической тематики. В ноябре 2016 г. его возглавили сайты: *segodnya.ua*, *tsn.ua*, *obozrevatel.com*, *rbc.ua*, *24tv.ua*, *liga.net*, *korrespondent.net*, *sensor.net.ua*, *unian.ua* и *pravda.com.ua*. Во вторую десятку попали: *112.ua*, *gazeta.ua*, *online.ua*, *espresso.tv*, *strana.ua*, *znaj.ua*, *gordonua.com*, *ubr.ua*, *apostrophe.ua*, *glavcom.ua*. В третью – *zik.ua*, *nv.ua*, *telegraf.com.ua*, *expres.ua*, *unn.com.ua*, *politeka.net*, *radiosvoboda.org*, *tochka.net*, *hronika.info*, *fakty.ua* [3].

Чем примечательны упомянутые интернет-СМИ, что характерно для их работы, какими факторами объясняется их успех? В попытке найти ответы на эти и другие вопросы мы обратились к методам наблюдения и сравнительного анализа, подвергнув исследованию контент соответствующих 30 сайтов по главным аспектам интернет-журналистики. Были поставлены задачи изучить: 1) жанрово-тематическую палитру; 2) скорость обновления материалов; 3) возможности применения гипертекстуальности, мультимедийности и интерактивности; 4) качество публикаций. Кроме того, обращалось внимание на подходы к организации информационных потоков на сайтах и некоторые особенности дизайна.

Все без исключения проанализированные нами интернет-издания содержат на главной странице ленту новостей о последних событиях, представ-

ленную приблизительно одинаково – в виде неширокой колонки со списком, в котором новые записи выводятся сверху. Разница состоит лишь в размещении этой колонки на странице. В большинстве случаев она расположена на видном месте сбоку или по центру верхней части страницы, изредка – в глубине страницы (что немного усложняет доступ).

Отдельные интернет-СМИ из первой десятки сайтов демонстрируют исключительно высокую интенсивность информирования. Лидирует, пожалуй, топовый сайт «Сегодня.ua», где свежие сообщения в ленте новостей появляются 10 и более раз в час в дневное и до 7 раз в час в ночное время. На сайте «Корреспондент» днем публикуют 5–8 новостных сообщений в час, ночью – 2, на сайте «24 канал» – днем 6–7 сообщений в час и всего несколько на протяжении ночи. Во второй группе сайтов по интенсивности обновления новостных колонок выделяются «112.ua», «Знай.ua», «Гордон», «Апостроф», в третьей – «Экспрес», «Новое время», «Zik». Особо следует отметить интернет-издание «Українські національні новини», которое почти достигает уровня «Сегодня.ua», публикуя свыше 10 новостей днем и 4–5 – ночью. Таким образом, зависимость между скоростью информирования и популярностью интернет-СМИ существует, но не является четкой, а значит, это лишь один из факторов, привлекающих пользователей.

В целом способы подачи новостей на сайтах весьма разнообразны как технически, так и организационно. Кроме обычной ленты сообщений о последних событиях, существуют модули для наиболее актуальных новостей, наиболее популярных либо по каким-то соображениям рекомендованных редакцией (например, «Выбор редакции»). Часто важнейшие на текущий момент новости (как правило, не более пяти) выводят при помощи слайдера на самом видном месте главной страницы.

Кстати, типичный для многих интернет-СМИ прием расстановки смысловых акцентов – выделение определенных тем в отдельные рубрики, расположенные вместе с постоянными или врозь. В любом случае их обычно ярко обозначают. На момент проведения этого исследования такими темами были: зона АТО, ситуация вокруг ПриватБанка, итоги 2016 г. и бюджет 2017 г.

Судя по постоянным рубрикам, тематика большинства интернет-изданий максимально широкая: мировые события и ситуация в Украине (политика, наука, культура, спорт). Часто в качестве

дополнения публикуют небольшими порциями не слишком серьезные, но интересные материалы. Из 30 рассмотренных сайтов исключение в этом отношении составил лишь один – *Tochka.net* (из третьей группы), который позиционирует себя исключительно как развлекательный ресурс с легким чтивом.

Хотя стержневая составляющая контента проанализированных сайтов – новости, во многих интернет-СМИ прослеживается тенденция предложить не только сырые факты, но и пути их осмысления в материалах аналитической направленности. Чаще всего аналитику надо искать в тематических рубриках (как на сайте «РБК-Україна»), но в некоторых случаях она ярко проанонсирована на главных страницах, и ее невозможно не заметить. Прямо над логотипом размещают анонсы своих аналитических материалов интернет-издания «Новое время» и «Сегодня.ua». Последний в конце 2016 г. предлагал статьи Оксаны Продан «Налоговые изменения и бюджет-2017: вместо роста – стагнация и сохранение статуса-кво для приближенных к власти» (22.12.16) и Игоря Ляшенко «“Приват” на пути к “Ощад”». Будем оптимистами и заглянем на пару лет вперед» (23.12.16). Интернет-издание «Обозреватель» выводит избранные аналитические статьи в модуле под названием «Топ-тема» (пример – материал Алины Купцовой «Может ли Трамп нанести ядерный удар» (23.12.16).

Часто аналитика представлена блогами. Во многих случаях это материалы экспертов, а не поверхностные мысли обывателей. Примерами могут служить блоговые публикации члена Наблюдательного совета Института энергетических стратегий Юрия Корольчука («24 канал»), народного депутата Украины Мустафы Наема («Українська правда»), политтехнолога, заместителя директора Агентства моделирования ситуаций Алексея Голобуцкого (*Online.ua*) и др. Рубрика «Блоги» по своему содержанию, в принципе, ничем не отличается от другой часто встречающейся рубрики «Мнение» (или «Мнения»).

Оформление аналитических материалов часто весьма скромное, несмотря на сравнительно большие размеры текстов. Они могут напоминать газетные публикации, отличаясь разве что интернетной версткой абзацев (с отступами между ними) и скудным количеством гиперссылок. Типичный пример – статья Наталии Васюнец «Тревожные акценты плана Киссинджера» на сайте «Экспрес» (20.12.16), дополненная небольшим фотоснимком и всего одной гиперссылкой. В тексте выделен только первый абзац, при этом «постановка акцентов с помощью различных элементов форматирования текста» принадлежит к ряду творческих приемов, которыми желательно не пренебрегать [4, с. 145]. Даже заголовки этой публикации – газетный. Встречаются и тексты, адаптированные к интернету по всем

правилам. Так, статья Виталия Ермакова на сайте «Главком» под названием «В 2017-м подорожают иномарки? Правительство уже готовится» (22.12.16) разделяется тремя подзаголовками и сопровождается шестью гиперссылками. Статья Юлии Курнышовой на сайте «Апостроф» «Два сценария политики Трампа, о которых стоит задуматься Украине» (14.12.16) содержит разъясняющий подзаголовок и тизер. Подобных примеров более чем достаточно.

«Появление интернет-СМИ привело к модификации жанровой структуры» [5, с. 112], – отмечает А. Градюшко вслед за другими исследователями. В дальнейшем «еще большее значение приобретут жанры, адаптированные для просмотра контента через мобильные устройства», утверждает он [5, с. 112]. И с этим трудно не согласиться. Поэтому, рассматривая способы подачи аналитических материалов на сайтах ведущих интернет-изданий Украины, мы стремились найти образцы новейших подходов, и нам это удалось. В отдельные рубрики на многих сайтах вынесены материалы, выполненные в жанре лонгрида. Как правило, подобные публикации – тоже аналитика, но подчеркнута мультимедийная. Пример – лонгриды интернет-изданий «РБК-Україна» (материал Ирины Лопатиной и Сергея Лефтера «Совок и молот: как в Украине исчезают призраки коммунизма») и «Новое время» (материал «Говорит и показывает 3G»).

Вообще, мультимедийность на сайтах 30 рассмотренных нами интернет-изданий представлена в достаточной степени. Особенно активно используются фото- и видеоформат. Слайды с фотоснимками или фотогалереи – чуть ли не обязательный атрибут каждого уважающего себя интернет-издания. Видеоподкасты – тоже, в особенности когда речь идет о сайтах телеканалов. (Иногда под них отводят целые блоки на главной странице, например рубрика «Новости с видео» на сайте «24 канал»).

В качестве иллюстраций к текстовым материалам изредка служат рисунки или фотоколлажи, как на сайте «Знай.ua» (например, статья (с рисунком) «Месть Бени. Чем ответит Коломойский за Приват?» (22.12.16).

Другая разновидность иллюстраций к текстам (в первую очередь новостным) – скриншоты страниц соцсетей (например, новость «“Показушничать не умеет”: в соцсети высмеяли Меркель с ее рождественскими покупками» на сайте «Обозреватель» (24.12.16)). Их предназначение – задокументировать ту или иную информацию, обнародованную в *Facebook*, *Twitter* и т. д. («Под воздействием социальных медиа информационное поле стремительно изменяется. С их помощью успешно создаются информационные поводы» [5, с. 112]). Кстати, интернет-издание «Zik» создало отдельную рубрику «Соцсети», в которой публикует новости

о самих соцсетях, их влиянии, о том, что пишут пользователи. Например, 19 декабря 2016 г. вышел материал «Ночная операция “Приватбанкнаш”: реакция соцсетей», в котором журналисты собрали лучшие на тот момент образцы интернетного народного юмора на указанную тему.

Уже привычным жанром стала инфографика. На сайтах интернет-изданий «ЛИГА.net» и «Гордон» можно увидеть отдельные рубрики с такими материалами. Техника изготовления разная: встречаются и обычные графические файлы, и изображения с интерактивными элементами, созданные при помощи скриптов. Видно, что для журналистов главное – не удивить пользователей визуальными эффектами, а передать значимую информацию в удобной и доходчивой форме.

Аудиосообщения оказались редким форматом. На сайте «Обозреватель» существует рубрика «Радио», где много музыки и почти отсутствуют новости. Найти аудиоподкасты также удалось на сайте «Радіо “Свобода”», что неудивительно, поскольку он представляет информационную службу, готовящую программы для интернета, телевидения и радио.

Следует подчеркнуть, что в целом результаты изучения контента 30 украинских топовых новостных веб-ресурсов общественно-политической направленности отражают общие для всей сетевой журналистики тенденции, которые в значительной степени касаются глобальных процессов, происходящих в медиасфере. Данные тенденции и процессы были многократно описаны другими исследователями, но при этом продолжают оставаться в поле зрения науки, поскольку сегодня происходят постоянные изменения в техниках, технологиях и медиавзаимодействиях.

Сформулируем выводы более детально.

1. Открывая сайты интернет-СМИ, пользователь ищет прежде всего серьезную информацию новостного или аналитического характера. Ему важны актуальность и достаточное количество сообщений, а также разнообразие тем. Именно на это и ориентируются топовые интернет-СМИ общественно-политической направленности: среди их материалов преобладают новости, в которых освещаются актуальные события, на втором месте – аналити-

ческие материалы. Наиболее значительные на тот или иной момент темы для удобства выносятся в отдельные рубрики. Новостные ленты, как правило, занимают самые заметные места на главных страницах. Некоторые издания предпочитают делать смысловой акцент на аналитике, помещая анонсы статей над логотипами.

2. В роли источников информационных поводов для новостных сообщений нередко выступают социальные сети. Аналитика тоже тесно связана с интерактивностью и феноменом самоинформирования аудитории: во-первых, в ней фигурирует информация из соцсетей, во-вторых, во многих случаях аналитические материалы подаются в виде блогов различных экспертов. В верстке таких публикаций часто отражены старые – газетные – представления об оформлении текстов: почти не используется гипертекстуальность, мало подзаголовков и других выделений. Вместе с тем интернет-издания активно практикуют создание лонгридов – подчеркнуто мультимедийных материалов, содержащих в основе длинные тексты, большей частью – аналитические.

3. В целом в проанализированных нами интернет-СМИ мультимедийность представлена хорошо, однако не совсем равномерно. Широко используются возможности интернета для демонстрации фотоснимков (слайды, галереи) и видео (подкасты). На сайтах присутствует много созданной на разных платформах инфографики, наполненной интересной и важной информацией. Заметным элементом контента выступают рисунки и фотоколлажи. Аудиоподкасты встречаются крайне редко, хотя этот формат, как известно, имеет свои преимущества.

Таким образом, даже поверхностное изучение деятельности ведущих интернет-СМИ позволяет получить интересную в теоретическом и практическом плане картину. Регулярное (на протяжении длительного времени) исследование контента топовых интернет-изданий будет способствовать укреплению теоретической базы и упорядочиванию профессионального опыта, что очень важно для повышения уровня мастерства журналистов-практиков.

Библиографические ссылки

1. Все больше украинцев пользуются интернетом [Электронный ресурс] // UBR. URL: <http://ubr.ua/ukraine-and-world/technology/vse-bolshe-ukraincev-polzuutsia-internetom-431684> (дата обращения: 08.12.2016).
2. Названы самые популярные сайты в Украине [Электронный ресурс] // Корреспондент.net. URL: <http://korrespondent.net/lifestyle/3658504-nazvany-samye-populiarnye-saity-v-ukrayne> (дата обращения: 10.12.2016).
3. Топ-100 новинних ресурсів суспільно-політичної тематики за листопад 2016 [Электронный ресурс] // Ukrainian Internet Association. URL <http://www.inau.org.ua/146.4104.0.0.1.0.phtml> (дата обращения: 10.12.2016).
4. Градюшко А. А. Сетевой текст как особый продукт творческой деятельности в веб-журналистике // Вестн. Полт. гос. ун-та. Сер. А: Гуманит. науки. 2014. № 10. С. 144–148.
5. Градюшко А. А. Стратегии развития интернет-СМИ Беларуси // Весн. БДУ. Сер. 4, Філалогія. Журналістыка. Педагогіка. 2011. № 2. С. 110–113.

References

1. Vse bol'she ukrainsev pol'zuyutsya Internetom [More and more Ukrainians use the Internet] [Electronic resource]. *UBR*. URL: <http://ubr.ua/ukraine-and-world/technology/vse-bolshe-ukraincev-polzuutsia-internetom-431684> (date of access: 08.12.2016) (in Russ.).
2. Nazvany samye populyarnye saity v Ukraine [The most popular sites in Ukraine were named] [Electronic resource]. *Korrespondent.net*. URL: <http://korrespondent.net/lifestyle/3658504-nazvany-samye-populiarnye-saity-v-ukrayne> (date of access: 10.12.2016) (in Russ.).
3. Top-100 novinnikh resursiv suspil'no-politichnoi tematiki za listopad 2016 [Top 100 news resources of sociopolitical topics for November 2016] [Electronic resource]. *Ukrainian Internet Association*. URL: <http://www.inau.org.ua/146.4104.0.0.1.0.phtml> (date of access: 10.12.2016) (in Ukrainian).
4. Hradziushka A. A. Internet text as a special product of creative activity in web journalism. *Vestnik Polotskogo gos. univ. Ser. A: Gumanit. nauki*. 2014. No. 10. P. 144–148 (in Russ.).
5. Hradziushka A. A. Strategy of development of on-line mass media in Belarus. *Vesnik BDU. Ser. 4, Filalogiya. Zhurnalistyka. Pedagog*. 2011. No. 2. P. 110–113 (in Russ.).

Статья поступила в редколлегию 13.01.2017.
Received by editorial board 13.01.2017.