

**ВІННИЦЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ МИХАЙЛА КОЦЮБІНСЬКОГО**

Факультет філології й журналістики імені Михайла Стельмаха

Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

на тему:

**ТЕМАТИЧНИЙ ДІАПАЗОН ТА СТРУКТУРА МЕРЕЖЕВИХ МЕДІА
ЛІВОБЕРЕЖНОЇ УКРАЇНИ**

Студентки 2 курсу, 2-ЖМЗ групи
Освітньої програми Журналістика. Медіакомунікації
Спеціальності 061 Журналістика
Галузі знань 06 Журналістика
Ступеня вищої освіти магістра
Прохнєвської Аділі Ахметшаєвни

Науковий керівник: Лешко У.О.,
доцент, кандидат наук із соціальних комунікацій

Розширена шкала _____

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Голова комісії _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

Члени комісії _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

(підпис) (ініціали, прізвище)

(підпис) (ініціали, прізвище)

м. Вінниця – 2019 рік

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I. СПЕЦИФІКА ФУНКЦІОНУВАННЯ СУЧАСНИХ ІНТЕРНЕТ-МЕДІА	7
1.1. Комунікативні особливості та переваги мережевих ЗМ.....	7
1.2. Змістові характеристики, структура мережевих медіа.....	17
РОЗДІЛ II. ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ТЕМАТИКИ ТА СТРУКТУРИ СУЧАСНИХ ІНТЕРНЕТ-ВИДАНЬ ЛІВОБЕРЕЖНОЇ УКРАЇНИ.....	36
2.1. Специфіка харківських он-лайн медіа (на прикладі «Kharkiv Today» та «Город Х»).....	36
2.2. Контент сумських Інтернет-ЗМІ (на прикладі «Сумські дебати» і «Данкор online»).....	49
2.3. Тематика та структура запорізьких медіа («INFORM.ZP.UA» та «Zanoza»).....	61
ВИСНОВКИ.....	69
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	71
ДОДАТКИ.....	82
Додаток А. Вигляд домашньої сторінки та рубрикація ресурсу «Kharkiv Today».....	82
Додаток Б. Вигляд домашньої сторінки та приклад коміксів ресурсу «Город Х».....	82
Додаток В. Вигляд домашньої сторінки та рубрикація ресурсу «Сумські дебати».....	83
Додаток Г. Вигляд домашньої сторінки ресурсу «Данкор онлайн»	84
Додаток Д. Вигляд домашньої сторінки та публікації ресурсу «INFORM.ZP.UA».....	85
Додаток Е. Вигляд домашньої сторінки ресурсу «Zanoza»	86
АНОТАЦІЯ	87

ВСТУП

Широке впровадження комп'ютерних та інформаційних технологій у видавничу справу і поліграфію не тільки докорінно змінило додрукарські і післядрукарські процеси, але й стало спонукальним моментом у народженні нових форм представлення інформації користувачеві з використанням оригінальних методів її доставки та застосуванням принципово нових типів носіїв даних. Цьому значною мірою сприяв розвиток мережевих технологій, технологій баз і банків даних, гіпертекстових технологій та гіперграфічних систем. Їх спільне використання призвело до появи мережевих видань. Відтак, останнім часом інформаційний простір сильно змінилося. З появою Інтернету, інформації стало набагато більше, а доступ до неї – в рази простішим.

Інтернет-ЗМІ мають низку суттєвих переваг у порівнянні з друкованими медіа, насамперед варто вказати, що мережеві ресурси не мають обмежень щодо обсягу публікацій, кількості фото, також додатково можуть вміщувати відео файли, інфографіку, стріми тощо. Значно спростився метод комунікації із читачем, так, реципієнти мережевих ЗМІ можуть залишати коментарі до кожної публікації, ділитися матеріалами на своїх аккаунтах у соціальних мережах, відтак редакції значно простіше відстежити читацькі інтереси та вподобання. Проте, крім переваг, такі ЗМІ мають і низку недоліків, насамперед це якість публікацій, котрі пропонуються читачеві.

Актуальність теми пов'язана насамперед із тим, що зараз мережеві ЗМІ перебувають на пікові свого розвитку, щоденно збільшуючи потенціал та читацьку аудиторію. Проте якісне видання, аби задовольнити потреби реципієнта, повинно містити потрібний тематичний діапазон та мати продуману структуру. Аби порівняти потенціал та особливості сучасних онлайн-медіа, ми обрали по два видання із найбільш популярних у Харкові, Сумах та Запоріжжі (Kharkiv Today» та «Город X», «Сумські дебати» і «Данкор online», «INFORM.ZP.UA» та «Zanoza»).

На сьогодні інтернет-ЗМІ вивчають читало українських дослідників, проте названі медіа досить рідко потрапляють в об'єктив як досвідчених науковців, так і початківців. Відтак, обрана тема на сьогодні залишається малодослідженою.

Мета дослідження - проаналізувати особливості тематичного діапазону та структури інтернет-видань Харкова, Сум та Запоріжжя («Kharkiv Today» та «Город Х», «Сумські дебати» і «Данкор online», «INFORM.ZP.UA» та «Zanoza»).

Досягнення поставленої мети зумовило виконання більш конкретних **завдань**:

- виявити комунікативні особливості мережевих ЗМІ;
- окреслити джерела дослідження онлайн-медіа;
- дослідити тематику та структуру харківських он-лайн медіа (на прикладі «Kharkiv Today» та «Город Х»);
- вивчити особливості сумських інтернет-ЗМІ (на прикладі «Сумські дебати» і «Данкор online»);
- проаналізувати тематику та структуру запорізьких медіа («INFORM.ZP.UA» та «Zanoza»).

Об'єкт дослідження – засоби масової інформації, що функціонують в мережі Інтернет (на прикладі ресурсів «Kharkiv Today» та «Город Х», «Сумські дебати» і «Данкор online», «INFORM.ZP.UA» та «Zanoza»).

Предмет дослідження – особливості змісту й структури, специфіка тематики та оформлення мережевих видань Харкова, Сум та Запоріжжя.

Методи дослідження. У роботі застосовувались: метод аналізу теоретичних джерел для визначення поняття «інтернет-ЗМІ», «архітектоніка» тощо; індуктивний метод при формулюванні особливостей тематики та структури мережевих видань; хронологічний метод при дослідженні функціонування того чи іншого засобу масової інформації,

квантитативний метод при аналізі структури та наповнення харківських, сумських та запорізьких видань.

Джерела дослідження. Теоретико-методологічною основою для написання роботи стали наукові праці таких дослідників: О.Гусак, О. Колісник, О. Колмиков, Р. Крейг, І. Михайлин, Б. Потятиник, В. Савончик, О. Самуляк, І.Фомічова, М. Чабаненко.

Наукова новизна полягає в тому, що в роботі виявлено певні особливості структури та змістового наповнення лівобережної України. Вперше здійснено аналіз порівняння побудови та контенту харківських, сумських та запорізьких видань.

Теоретичне та практичне значення одержаних результатів. У роботі використано значний фактичний матеріал. На його основі визначено комунікативні особливості мережевих ЗМІ, тематику і контент мережевих видань, порівняно будову інтернет-видань із друкованими відповідниками, вказано основні елементи структури ЗМІ.

Одержані матеріали можуть бути використані у курсах з Інтернет-журналістики, на практичних заняттях з навчальних дисциплін, а також для написання курсових, дипломних і магістерських робіт.

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження апробовано на III Всеукраїнській науково-практичній конференції 25 жовтня 2019 року. Робота обговорена й рекомендована до захисту на засіданні кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю факультету філології й журналістики імені Михайла Стельмаха Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Опубліковано статтю у збірнику наукових статей «Журналістика й мистецтво слова» (вип.11). Публікації: Прохневська А. Тематика та структура мережевих медіа (на прикладі ресурсу «Kharkiv Today»// Журналістика й мистецтво слова: зб. наук. ст. Вінниця, 2019. - Вип.11. 183с.

Структура магістерської роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, що містять 5 підрозділів, висновків та списку використаних джерел

(68 позицій). Загальний обсяг дипломної роботи – 88 сторінок. Список використаних джерел подано на 7-ми сторінках.

Розділ I

СПЕЦИФІКА ФУНКЦІОНУВАННЯ СУЧАСНИХ ІНТЕРНЕТ МЕДІА

1.1. Комунікативні особливості та переваги мережевих ЗМІ

Інтернет у наш час став своєрідним медійним середовищем, завдяки якому відбувається глобальний обмін інформацією. Окрім того всесвітня павутина не обмежує у просторі для публікацій так, як скажімо періодика, адже кожна газета має чітко визначену кількість сторінок, а інтернет-ЗМІ мають змогу публікувати довільну кількість матеріалів. Значною перевагою мережі порівняно з традиційними медіа є й оперативність. Завдяки цьому та ряду інших причин інтернет-журналістика розвивається з усе більш швидкими темпами й приваблює дедалі численнішу аудиторію.

Тому варто вказати, що інтернет-журналістика – це відносно новий вид журналістики, який поєднує в собі головні типологічні ознаки традиційних ЗМК, але окрім того, наділений унікальними детермінуючими ознаками, такими як гіпертекстуальність, інтерактивність та мультимедійність.

Науковці подають різні дефініції цьому поняттю. До прикладу, у перекладному підручнику «Крос-медіа» подане таке визначення інтернет-журналістика – різновид журналістики, що передбачає поширення журналістських матеріалів через мережу Інтернет. Також близькими є назви «мережева журналістика», «веб-журналістика», «онлайн-журналістика» [28, с. 60]. У вузькому значенні інтернет-журналістикою є ті матеріали, що публікуються в онлайн-медіа, тобто у мережевих версіях традиційних ЗМІ або в самостійних онлайн-виданнях. У широкому значенні до інтернет-журналістики відносяться блоги, соціальні медіа та інші засоби масової комунікації, що використовуються в Інтернеті.

О. Самуляк дає таке визначення цьому поняттю: мережеві ЗМІ - це електронні ресурси, над якими працюють професійні журналісти та інформація яких відповідає жанрам журналістики, медіаконтент оновлюється в середньому

раз на тиждень, домінуюча частина матеріалів є авторськими текстами, а усі републікації відбуваються з посиланням на джерело [49, с. 110].

Як вказано у посібнику «Соціологія інтернет-СМІ» за редакцією І. Фомичева, інтернет-ЗМІ входять в групу каналів, що належать до масових комунікацій, є їх особливою підгрупою з професійним комунікатором, що стоїть в центрі цього каналу.

У підручнику «Крос-медіа» відзначено, що онлайн-ресурсами називають мережеві об'єкти, до яких належать інтернет-видання, індивідуальні авторські проекти, блоги, інтернет-радіо та інтернет-ТБ, новинні агрегатори, дайджести й інші елементи інтернет-медій. Однак поняття «інтернет-ресурс» занадто широке. Воно може виходити далеко за межі того, що заведено вважати журналістикою. Наприклад, надавати інформацію про погоду, курси валют, вмикати електронну пошту чи навіть служити інтернет-крамницею [28, с. 60].

Чинне законодавство не містить визначення поняття, яке відповідає ЗМІ в мережі Інтернет, а також спеціального нормативно-правового акта, який би визначав їх статус, порядок створення та засади діяльності.

Підсумовуючи вищесказане варто звернути увагу, що на сьогодні можна нарахувати чималу кількість визначень поняття «Інтернет-видання». Саме полісемія цього явища і не дозволяє дослідникам зійтися на одній дефініції, а відтак, кожен із науковців звертає увагу насамперед на ті риси, що, на його думку, найважливіші.

Під впливом нових інформаційних технологій відбулися та продовжують певною мірою відбуватися значні зміни в галузі масових комунікацій. Російська дослідниця С. Машкова [31] розглядає основні процеси, що лягли в основу модифікації колишньої системи ЗМІ:

Перший процес – це *дигіталізація* (від англomовного терміна *digitalisation* – цифровізація). Під цим мається на увазі переклад змісту ЗМІ у всіх його формах – текстової, графічної, звукової – у цифровий формат, зрозумілий сучасним комп'ютерам. Дигіталізація дозволяє змістові легко «транспортуватися» будь-яким каналом електронної комунікації. В результаті

Інтернет перетворився в особливе інформаційне та комунікаційне середовище, в якому медіапродукти завдяки своєму цифрового формату здатні перейти будь-які межі [31, с. 12].

Конвергенція (від латинського *convergere* – наближатися, сходитися) – другий найважливіший процес, що лежав в основі змін медіа. Суть поняття «конвергенція» найкращим чином передає термін «злиття». Це злиття технологій, яке дозволяє різним технічним носіям – кабельні або телефонні мережі, бездротовий супутниковий зв'язку – подати інформацію користувачеві або споживачеві.

Крім цього, конвергенція – це злиття досить віддалених і роз'єднаних засобів масової інформації. Відтак, стали можливі такі форми об'єднання, як радіо і телебачення в Інтернеті, відеофільм на цифровому носію, новинна стрічка на мобільному телефоні і т.п. [31, с. 12].

Глобалізація означає загальносвітову тенденцію взаємозалежності і відкритості. Якщо раніше масштаб діяльності ЗМІ визначався розмірами країни, то зараз національні кордони не мають значення.

Диверсифікація. Незважаючи на те, що сучасні мас-медіа можуть донести свої повідомлення до величезної кількості людей, ЗМІ, навпаки, націлюються на все більш вузькі сегменти масової аудиторії. Можливість глобального поширення, легкість і відносна дешевизна створення і поширення інформаційного продукту визначили спеціалізацію і диверсифікацію ЗМІ, що прагнуть до максимально ефективного обслуговування аудиторії [31, с. 12]. Удосконалення систем створення і показу інформації дозволили ЗМІ гранично чітко сегментувати аудиторії і надавати кінцевому користувачеві персоналізовану інформацію.

Отже, завдяки цим процесам одними з перших ЗМІ в Україні, які почали працювати в онлайн-режимі, стали друковані, в першу чергу газети. А з часом окремі з них взагалі перестали існувати у своєму традиційному вигляді, а утворили інтернет-версії. На сьогодні інтернет-ЗМІ існують у двох формах: Інтернет-сторінки традиційних ЗМІ та окремі інтернет-видання.

Відтак, доцільно дослідити різноманіття сучасних мережевих ЗМІ. На сьогодні є різні підходи до класифікації мережевих ЗМІ.

Г. Кашуба у публікації «інтернет-видання: комунікативно-лінгвістичні та правові аспекти» [Кашуба] зазначає, що в українському медійному інтернет-просторі можна виокремити три види інтернет-видань [23, с. 475]: інтернет-версії друкованих чи електронних ЗМІ; сайти інформаційних агентств; власне інтернет-видання.

Загалом розвиток нових інформаційно-комунікативних технологій потягнув за собою зміну принципових засад роботи всієї системи ЗМІ. Відтак, з появою Інтернету професія журналіста зазнала значних трансформацій. Замість вертикальної ієрархії – головний редактор, редактор, керівник відділу, оглядач, кореспондент, репортер – утворюється принципово нова система, центральне місце в якій займає журналіст.

Тому змінилися і вимоги до людей журналістської професії. Якщо раніше журналістика належала до чисто гуманітарного напрямку, то на сьогодні умовою ефективної роботи в сфері мережних ЗМІ стає володіння комп'ютерною технікою та інтернет-технологіями.

Насамкінець зазначимо специфіку кінцевого споживача – читача онлайн-ЗМІ. Медіа-аудиторія - сукупність людей, які користуються певним типом засобів масової інформації, що подобається саме їм (газетами, радіо, телебаченням, ресурсами інтернету); або публіка конкретного ЗМІ (періодичного видання, радіостанції, телеканалу, Інтернет-сайту); або ж споживачі одиничного тексту чи медіатексту (радіопередачі, телепрограми [51, с. 79].

Медіа-аудиторія має цілу низку важливих характеристик. У глобалізованому інформаційно-комунікаційному суспільстві масова аудиторія набула принципово нових поведінкових ознак. Це пов'язано передовсім зі стрімким розвитком цифрових мультимедійних технологій, новітніх медіа (соціальних мереж).

Отже, із часом змінюється не тільки система ЗМІ як підсистема суспільства, а і їхня аудиторія, котра, незважаючи на свою незібраність, розпорошеність, розсіяність, також може розглядатися як відносно цілісна соціальна система.

Характеристики аудиторії не вичерпуються факторами поведінки, що проявляються ззовні: вибором того чи іншого джерела, того чи іншого матеріалу, тривалістю підписки на газету й користування телевізором. За зовнішньо однаковою поведінкою стоять різні потреби, інтереси, очікування. З іншого боку, одні й ті ж потреби, інтереси, очікування по-різному проявляються у поведінці аудиторії.

Серед характеристик медіа-аудиторії, які найбільш часто вивчаються та беруться до уваги (соціально-демографічні, соціально-професійні, соціально-психологічні, політикоідеологічні, споживацькі, аудиторна поведінка, ставлення до інформації та її джерела тощо), виокремлюють і комунікативну активність. Під нею розуміється участь у створенні контенту (авторство) й обміні інформацією по каналах спілкування (наприклад, листування з редакцією, а в Інтернет-ЗМІ – це ще й реєстрація на сайті, участь у форумах, чатах, написання коментарів до опублікованих матеріалів, ведення власних блогів, відповіді на запитання й анкети, записи в гостьовій книзі, спілкування з редакцією та іншими користувачами щодо контенту ЗМІ за допомогою електронної пошти тощо) [15, с. 59]

М. Гвоздєв пропонує таку градацію медіа-аудиторії за рівнем комунікативної активності, котра виявляється у відносинах зі ЗМІ, на такі категорії [37, с. 61–62]:

1. *Гіперактивна частина*. Вона становить зазвичай приблизно до 1% аудиторії того чи іншого ЗМІ. Це глядачі, слухачі або читачі, котрі не пропускають практично жодної більш-менш помітної публікації чи програми певного ЗМІ та в різний спосіб реагують на них (часто майже миттєво). Нині така гіперактивність властива невеличкій частці аудиторії як нових, так і традиційних медіа.

2. *Активна частина.* Її становлять: дописувачі (автори листів та творів інших журналістських жанрів – заміток, кореспонденцій, статей тощо, які нерідко публікуються в ЗМІ); дозвонювачі (телефонують до редакцій ЗМІ під час прямих ліній, прямих ефірів); інтернет-користувачі, котрі здійснюють зв'язок із мас-медіа через сайти ЗМІ шляхом подання коментарів до матеріалів електронних видань, участі в Інтернет-конференціях, форумах, а також за допомогою електронної пошти, соціальних мереж; відвідувачі редакцій (у деяких газетах дотепер діють громадські приймальні; ця форма роботи із читачами виникла та практикувалася ще за радянських часів).

3. *Відносно (помірно) активна частина аудиторії.* Їй притаманні нерегулярні виступи в медіа та звернення до ЗМІ в особливих випадках. Представники цієї групи пишуть або телефонують до редакцій час від часу, наприклад, у разі виникнення особистої проблеми та необхідності термінового її розв'язання, або через інший особливий інформаційний привід. Незважаючи на таку нерегулярність, до позитивних властивостей деяких представників цієї частини аудиторії належить те, що вони не можуть мовчати, коли в світі, країні чи в їх рідному місті, селі, районі чи області трапляється якась надзвичайна подія.

4. *Пасивна частина медіа-аудиторії* здебільшого є лише споживачем інформації, хоча й може мимоволі, попри своє бажання, бути залучена до дискусій, телезйомок, опитувань, інших акцій і заходів, які проводять ЗМІ. Представники цієї групи можуть випадково стати учасниками теле- і радіопрограм, а їхні ім'я та висловлювання – також випадково – потрапити на шпальти газети чи в кадр.

Основна відмінність масової аудиторії від цільової – пасивність у пошуку й сприйнятті інформації. Відносини масової аудиторії зі ЗМІ мають імовірнісний характер. «Пасив» не реагує публічно (принаймні, за власною ініціативою) на виступи медіа. Ключовим тут є слово «публічно». Опубліковані в ЗМІ матеріали в пасивної частини аудиторії теж викликають певні думки, оцінки, але про них не дізнаються маси. Іншими словами, ці судження не

стають надбанням широкого загалу, залишаючись поза медіа-простором. Натомість вони стають відомими хіба що вузькому колу осіб – рідним, близьким, друзям, приятелям, наприклад, під час обговорення почутих чи прочитаних повідомлень удома або в компанії.

Варто також додати, що останнім часом ведуться активні пошуки методів, за допомогою яких можна було б досягти продуктивної взаємодії з користувачами. Наприклад, О.Ситник [54] проаналізував метод, започаткований А. Купером, під назвою метод персон, наголошуючи, що цей метод уже понад 10 років застосовується західними розробниками.

Відтак, метод персон полягає в проектуванні когнітивної взаємодії з медіа на підґрунті моделювання персон - архетипів ймовірних користувачів, які уособлюють сукупність характеристик цільової аудиторії: демографічні - вік, стать, освіта, професія; психографічні - опис мотивації, прагнень, досягнень, стилю життя; географічні - країна, місце проживання, інфраструктура населеного пункту; характеристики досвіду інтернет-користування - частотність і місця використання, пристрої виходу, наявність реєстрації в соціальних мережах тощо.

Крім цього, дослідники активно розробляють сценарії поведінки цих персон (поведінкових патернів) для розв'язання завдань проектування комунікації. Але разом із цим окремі результати досліджень були піддані критиці, відтак, спосіб «є продуктивним лише в тому разі, коли моделі розроблюваних персон базуються на емпіричних доказах відповідності їх фактичній інформації про реальні групи людей» [54, с. 190].

Отже, інтернет-ЗМІ - це електронні ресурси, над якими необхідно працювати професійним журналістам та інформація яких відповідає жанрам журналістики. Дослідники наголошують на зміну вимог до роботи журналіста мережевого видання та на трансформацію потреб читачів таких засобів масової інформації.

Останніми роками інтернет-журналістика активно розвивається, попит на мережеві тексти, котрі можна прочитати у будь-якому куточку країни та в будь-

який час доби, зростає. Безумовно, на це є низка чинників, які ми спробуємо з'ясувати.

В Інтернеті для засобів масової інформації відкривається чимало додаткових і прогресивних можливостей. Вони є більш інтерактивними, ніж інші види ЗМІ, матеріали в них доступні набагато ширшій аудиторії, адже вони опубліковані в комп'ютерній мережі, яка охоплює мільйони користувачів.

Крім цього, ці засоби масової інформації мають більші мультимедійні можливості. Тобто, як пояснює Н. Семен, «можна одночасного та інтегровано використовувати в цьому різновиді журналістики текст, графіку, фото, аудіо- і відеоматеріали, відтак, поєднувати в одному різні види ЗМІ» [53, с. 177].

Власне, завдяки своїй багатогранності мережеві ЗМІ й виокремлюють в особливий вид ЗМК, який постійно розвивається та на сьогодні є найбільш перспективним. В основному роль ЗМІ змінюється із становленням нового типу суспільства – інформаційного, у якому інформація стає головним аспектом дійсності. Всі теоретики інформаційного суспільства вказують на провідну роль інформації в соціальному житті суспільства. Зокрема, Е. Тоффлер ідентифікує інформацію як найважливіший різвид сировини інформаційного суспільства, тим самим підкреслюючи її значимість [60].

Українська дослідниця А. Каверіна також наголошує, що медіасередовище поєднує у собі безкрайні можливості медіавпливу, які забезпечуються використанням соціальних мереж та переходом в особистісний простір, притуплюванням уваги надмірною кількістю інформації, простотою та доступністю інформації тощо, та великий рівень свободи аудиторії, яка стає можливою завдяки інтерактивності інтернет-ЗМІ та відкритості соціальних медіа, значній кількості інформаційних джерел [22, с. 193].

Звісно, що медіатексти також набувають нової соціальної ваги, видозмінюються та починають виконувати нові функції.

О. Ситник переконаний, що домінантна роль медіатекстів зумовлена такими взаємопов'язаними чинниками:

1. «Розширення меж функціонування медіа шляхом збільшення комунікативних каналів, зокрема доступу до інтернет-середовища, що стало найчисленнішою інформаційно-комунікативною платформою, де репрезентуються інтереси й потреби користувачів» [54, с. 188]. На наш погляд, така тенденція пов'язана із збільшенням кількості користувачів мережею Інтернет. Так, за даними Gemius, станом на червень 2019 в Україні є 24,8 млн користувачів Інтернету, у той час, коли у 2017 році цей показник складав тільки 26 млн.

Відповідно, до досліджень за 2017 рік, найчастіше виходять до інтернету за допомогою стаціонарного ПК - 51%, стільникових телефонів - 50%, ноутбуків - 42%, планшетний комп'ютер - 21%, стаціонарний ПК на роботі - 8%, ноутбук на роботі - 5% [4]. Також треба наголосити, що збільшилася частка користувачів Інтернетом у сільській місцевості, загалом кожен другий житель користується мережею.

Також варто звернути увагу, що частка людей, котрі користуються мобільними телефонами для інтернет-комунікацій, доволі суттєва. Це, своєю чергою, вимагає від мережевих ЗМІ наявності версії, що адаптована для переглядів на мобільних пристроях.

2. «Пов'язана з першим чинником частотність взаємодії реципієнтів із медіатекстами зумовлена повсюдним зануренням кожного з них у середовище, насичене інформаційними потоками, що продукуються медіа» [54, с. 189].

3. «Пріоритетність медіатекстів, пов'язана з функцією орієнтування індивіда в навколишньому середовищі, що опосередковано сприяє реалізації ним своїх базових потреб» [54, с. 189]. Іншими словами медіа тексти можна вважати джерелом важливої для українців інформації, на основі якої користувачі приймають суспільні, політичні чи приватні рішення.

Крім цього, до збільшення роль медіа текстів веде і їх влиття у соціальні мережі. Більше того, український дослідник П. Катеринчук переконаний, що «саме розвиток соціальних мереж нині змушує традиційні ЗМІ переходити на нові засоби і техніки передачі новин, поширюватися у мережі Інтернет» [22, с.

21]. Сьогодні більшість веб-медіа мають кнопки, з допомогою якої будь-яку публікацію користувач може поширити на власному акаунті у популярних соціальних мережах. У такий спосіб певний значимий матеріал може за лічені години поширитися у соціальних мережах без якихось конкретних зусиль редакції.

Такої ж думки дотримується й П. Катеринчук: «нові технологічні можливості розповсюдження інформації мають для традиційних ЗМІ низку переваг. Насамперед варто вказати на швидкість розповсюдження інформації. З появою і поширенням смартфонів та планшетів на операційних системах Android, IOS та Windows Mobile користувачі отримали можливість блискавичного доступу до інформації, новин» [22, с. 21].

З іншого боку про популярність веб-медіа свідчить і той факт, що число таких ЗМІ постійно поповнюється як суто новими ресурсами, так і тими медіа, що перейшли у мережевий формат із друкованого чи аудіо.

Підсумовуючи сказане варто зауважити, що мережеві засоби масової інформації на сьогодні набувають популярності, адже насамперед мають низку суттєвих переваг над друкованими медіа та низкою інших ЗМІ.

1.2. Змістові характеристики, структура мережевих медіа

Сучасний медіапростір є система, яка організована за мережним принципом. Найважливішими, найконструктивнішими елементами медіапростору є Інтернет, телебачення, радіо, преса. Саме вони визначають головні тенденції розвитку медіапростору.

На сучасному етапі теорія та практика журналістики, зокрема он-лайн, перебуває в стані розробки та структурування знань, тому вона є цікавим полем дослідження для практиків-журналістів і теоретиків.

Аналіз структурної, композиційної, архітектурної частин здійснено Ю.Адамовим, Б. Валуєнком, Н. Гончаровою, Ю. Герчуком, С. Добкіним, В.Ляховим, але ці дослідження, як правило, стосуються книжкових видань. Оформлення періодичних видань досліджується у працях І. Прокопенко, О.Гутянської, С. Гавенко, С. Грицай, В. Іванова, В. Попова.

Заслуговує уваги у цьому питанні й учений В. Іванов, який також вивчав техніку оформлення періодичних видань, досліджував композиційно-графічне моделювання, засоби виділення матеріалів, оформлення заголовків, ілюстраційне оформлення, верстку.

Крім цього, архітектоніку окремих видів ЗМІ досліджували Н. Блинова («Архітектонічні особливості офіційних Інтернет-видань») [5], В. Шевченко («Елементи оформлення сучасного газетного видання») [67], І. Дем'яненко («Дослідження змісту характеристик розважального журналу «Viva!» за допомогою кількісно-якісного формалізованого методу контент-аналізу») [16], О. Колісник, («Структура Інтернет-газет: квінтесентні особливості») [25], О. Коцарев («Інтернет-сайти: функціонально-змістова типологія») [19], Н. Підмогильна («Архітектонічні особливості персональних сайтів») [40].

Проте ґрунтовних наукових праць з оформлення он-лайн видань недостатньо, більшість дослідників віддають перевагу теоретичним розробкам їх змістовій частині.

Термін «архітектоніка» (architektonike) має грецьке походження. Спочатку він означав мистецтво будови, досягнення пропорційності,

гармонійної композиції окремих частин, що утворюють єдине ціле. Пізніше його стали застосовувати не тільки щодо будівництва, а й до інших витворів людських рук, культурних артефактів [14, с. 26].

У соціологічній літературі він трапляється при описі соціального простору. Його можна застосувати і щодо медіапростору, частини соціального простору. Архітектоніка передбачає вивчення елементів системи в контексті єдиного цілого, дослідження взаємозв'язку і взаємовпливу окремих елементів. При такому підході визначення архітектоніки медіапростору є актуальною проблемою теорії суспільної комунікації.

Паралельно із цим терміном функціонує і більш звичний для українського світосприйняття «побудова» / «структура» певного ресурсу.

У тлумачному словнику пропонується така дефініція: «Структура – взаєморозміщення та взаємозв'язок складових цілого; будова» [8, с. 145].

У довіднику «Словник журналіста: Терміни, мас-медіа, постаті» поняття «структура видання» трактується як «відображення будови внутрішньої багаторівневої організації видання, наявність зв'язків між елементами змісту і форми» [56, с. 79].

Архітектоніка подає текстовий матеріал просторово-графічними засобами через елементи оформлення (шрифти, зображення, декоративні елементи, заставки, складники заголовного комплексу тощо). Проте у широкому розумінні цього терміну архітектонічність сучасних засобів масової інформації залежить від: досконалості внутрішнього змісту; досконалості форми вираження; взаємозв'язку внутрішнього змісту і форми вираження; інформативності форми; естетичності художнього вираження змісту і форми вираження [12, с. 32].

Розглянемо особливості побудови сучасних інтернет-видань. Так, В. Савончак загалом вважає, що під структурою сайту, передусім варто розуміти його каркас, тобто основну ідейну базу, на якій він створюється. Образно можна сказати, що сайт є сукупністю сторінок, які містять тексти, картинки, мультимедійні чи інші об'єкти. Структурою сайту варто вважати

головним чином його внутрішній устрій, а саме розташування сторінок, розділів, підрозділів, додаткових матеріалів [48, с. 74].

Для повноцінного функціонування будь-якого журналістського сайту слід враховувати набагато більше особливостей, ніж при створенні інших видів ЗМІ. Відрізняється не лише техніка розташування матеріалів на сайті від макетування друкованих видань, а й численні фактори, що роблять створення веб-сторінки не схожим на створення газетної сторінки.

Але попри це є й такі правила, які залишаються спільними для всіх видів ЗМІ, наприклад, етапи та правила створення матеріалів. Річард Крейг у книзі «інтернет-журналістика: робота журналіста і редактора в нових ЗМІ» виокремив кілька правил макетування, які є спільними як для друкованих видань, так і для веб-сайтів: сторінки новин повинні виглядати професійно та легко читатись; статті на першій сторінці розділу або на головній сторінці мають розміщуватись у списку, що починається з найбільш важливих статей угорі і продовжується менш важливими статтями в порядку зниження їх значущості; статті повинні мати заголовки, зазначення автора та, якщо необхідно, вміщувати фотографії чи інший ілюстративний матеріал з підписами; реклама має бути ненав'язливою, наскільки це можливо.

Існують основні *традиційні елементи*, про які повинен дбати кожен редактор сайтів. Це, на думку В. Савончик: графіка, швидкість завантаження сторінок, чіткість, зовнішні та внутрішні посилання, ієрархія матеріалів, поділ матеріалів на окремі сторінки та ін [48, с. 74].

Для комфортного перебування відвідувача на сайті і для полегшення пошуку матеріалів сайт повинен мати чітку і продуману структуру. Для дизайнерів і розробників сайту важливі передусім фізичні рівні структури, тобто впорядкування набору файлів різного типу. На відміну від них, журналісти працюють з логічними рівнями, а саме із сукупністю сторінок, які об'єднані між собою єдиним дизайном, стилем і посиланнями.

Організація даних у вигляді впорядкованої структури повинна повідомляти відвідувача, яку інформацію він може знайти і де її шукати.

Структура сайту нагадує зміст книги: якщо його добре складено, то стає зрозуміло, що очікувати від книги до її прочитання. Інформація повинна бути організована так, щоб відвідувач знав, що його чекає на наступній сторінці вже за назвою посилання, на яке він натискає [21, с. 204].

Сучасні теоретики розрізняють кілька видів організації інформації на сайті, а саме логічну, ієрархічну, мережну (контекстно-залежну) та комбіновану [52, с. 76]. При конструюванні сайту ці моделі для досягнення оптимального результату можна поєднувати.

Формування архітекtonіки друкованої газети для зручності користування виданням здійснюється на основі якостей, властивих елементам оформлення (поділ газети на рубрики, тематичні сторінки, виділення в окремий блок коротких інформаційних повідомлень, виділення початку або закінчення текстів, утворення складених зображальних матеріалів).

Згідно з архітектонічних особливостей газети визначають її тип – сукупність особливостей оформлення конкретного видання. До особливостей, згідно яких формується архітектонічний тип газети, належать [12, с. 36]: формат, кількість матеріалів або рубрик на сторінці, розмірні характеристики; кількісно-якісні співвідношення шрифтів, шпальт, декоративних і зображальних елементів, заголовних компонентів; шрифтографія та відсоток текстового матеріалу щодо простору сторінки; об'ємно-просторова організація елементів видання, композиційні схеми розташування заголовків та зображень.

Однією з конститутивних особливостей структурної організації інтернет-газет та журналів є те, що хоча самі елементи оформлення не- змінні для будь-якого часопису, проте їх структура, функції й сполучення один з одним для кожного окремо взятого онлайн-ого видання моделюються індивідуально.

Розглядаючи Інтернет-газету як відкриту інформаційну конструкцію, можна виділити три основних структурних блоки цієї системи: вхідна сторінка

(«шлюз» до всіх ресурсів видання); сторінки, що зберігають поточні матеріали номера; архівні матеріали» [21, с. 129].

На формальному рівні всі три блоки видання взаємопов'язані: читач, активізуючи гіперпосилання, вільно переміщається від одного компонента до іншого

Спробуємо тепер детальніше розглянути структуру друкованої та інтернет-газет. Композиція друкованої газети може бути симетричною, асиметричною або поєднувати в собі те й інше (адже асиметрична композиція може включати в себе елементи симетрії).

Друковане видання має свою першу шпальту, а мережна газета пропонує її еквівалент – вхідну (головну, домашню, стартову) сторінку, яка відображає основні матеріали і є місцем зв'язку зі сторінками окремих рубрик.

Під назвою або поруч з нею на першій шпальті друкованої газети традиційно розміщують наступну інформацію: тип видання (міська газета, всеукраїнська тощо); періодичність виходу (щотижневик, щоденна газета тощо); дата і день виходу номеру; нумерація номеру (в поточному році, а в дужках – з початку виходу газети), адреса сайту газети в Інтернеті; рекомендована ціна номеру; інші атрибути.

Також на першій шпальті, як правило, міститься головна стаття номеру, анонс номеру тощо.

Вхідна сторінка для мережових ЗМІ на всіх сайтах слугує своєрідним «шлюзом» до ресурсів видання. З одного боку, на рівні апарата випуску (номера) вона представляє зміст окремого номера – матеріали і їх ліди, з іншого – діє на рівні всього сервера (як зміст «прикнижний»), забезпечуючи доступ до інших елементів сервера: архіву, посилань, форумів, інформації про проекти тощо [21, с. 133]. Для побудови головної сторінки характерно:

1) зосередження гіпертекстових переходів до всіх розділів і рубрик сайту, що можуть бути систематизовані за принципом списку в хронологічній послідовності або за принципом зручної таблиці (або за допомогою поєднання того й іншого);

2) демонстрація мультимедійних можливостей Інтернет-ЗМІ – рубрики з відео, аудіо, інфографікою тощо;

3) концентрація найосновніших на той чи інший поточний момент повідомлень і їх публікація на видному місці веб-сторінки;

4) наявність елементів, що становлять суттєві переваги Інтернет-видань перед іншими видами ЗМІ, – архівів, інформерів соцмереж;

5) наявність рекламних банерів, способи розміщення яких можуть варіюватися, але рекламу так чи інакше намагаються зробити помітною. Інші, не головні сторінки сайту завжди влаштовують так, щоб користувачеві були зрозумілі місцезнаходження матеріалу, який він переглядає, його назва, рубрика, всі дані про публікацію [64, с. 518].

Першоелементом вхідної сторінки виступає так звана «шапка» – графічно виділена смуга, у лівій частині якої, як правило, знаходиться символіка часопису, а саме назва видання, складові фірмового стилю чи графічний символ. Далі зазначається день, місяць, рік, час виходу. На верхньому рядку сайтів деяких інтернет-газет розміщуються банери зі швидко змінюваною рекламою.

Услід за «шапкою» йде рубрикація, тобто система рубрик інтернет-газети, організована у вигляді навігаційної панелі (меню) сайта. Рубрики поділяються на службові, що визначають жанр або джерело опублікованого матеріалу, і тематичні, які вказують напрямок і характер публікації [12, с. 24].

Тематична структура та рубрикація повинні бути чіткими та прозорими. Це важливо, адже людина не в змозі зберігати одночасно великий об'єм інформації.

Як правило, люди здатні сприймати інформацію, що містить від чотирьох до шести різних елементів. Тому відвідувачі сайту краще орієнтуються і швидше знаходять потрібні для них матеріали, коли вони візуально поділені на групи [21, с. 184].

Існують основні традиційні елементи, про які повинен дбати кожен редактор сайтів. Мережні часописи послуговуються двома варіантами

розміщення рубрик: горизонтально у верхньому колонтитулі сторінки чи вертикально в лівій колонці. Часто трапляється комбінація цих способів, коли для організації навігаційної панелі використовують і верхній рядок, і ліву колонку.

При цьому у верхньому рядку, як правило, розміщують посилання на найважливіші, за переконанням розробника, розділи. Зауважимо, що тематичні розділи, так само як і «шапка» інтернет-газети, залишаються незмінними на кожній сторінці. По суті рубрикація є «довготривалою змістово-тематичною моделлю видання».

Усередині тематичних розділів зазвичай наявне детальніше подання змісту за допомогою підрубрик, кожна з яких фокусується на окремій ідеї чи окремому аспекті проблеми та є відносно автономною. Відповідно, навігаційна панель вибудовується у родовидову ієрархію, у якій спочатку йде загальний заголовок розділу, що далі розкривається через ряд конкретніших видових понять (заголовків підрубрик) [25, с. 64].

Деякі рубрики з розряду рідкісних сьогодні переходять до розряду типових. Це, перш за все, стосується інфографіки: витіснення графікою текстових форматів в інтернет-журналістиці є очевидною вимогою часу, яка відповідає загальним процесам у розвитку медіа-сфери» [64, с. 518].

Типове інтернет-видання майже ніколи не обходиться без таких компонентів, як модуль останніх новин, коментарі, архіви (календар), інформери новин із інших веб-ресурсів. Безумовно, до журналістських матеріалів належать стрічки новин та аналітичні статті, наявні майже на всіх порталах. Їх створюють професійні журналісти, вони регулярно оновлюються, контент присвячений суспільно важливим темам (як правило, на всіх порталах є розділи «Політика», «Економіка», «Культура», «Спорт», «Здоров'я» тощо).

Як правило, онлайнві ЗМІ надають доступ до усіх випусків своїх видань у розділі «Архіви». Таким чином, гіперпосилання дозволяють читачу переглянути попередні публікації з теми, яка його зацікавила.

Формами інтерактивного зв'язку можуть виступати форуми, блоги, читацькі коментарі, аналітичні й художньо-публіцистичні статті [32, с. 27]. Отже, портали – це синтетичні багатофункціональні утворення, що виконують одночасно завдання пошукових систем, форумів, творчих об'єднань, електронних скриньок і засобів масової інформації.

Іншим новим, але вже досить поширеним, елементом інтернет-видання, є інформер соцмережі або модуль швидкого доступу до різних популярних соцмереж. Оскільки для мережеских видань комунікаційна компонента є чи не найважливішою, схеми, за якими відбувається процес спілкування в Інтернеті, не може не позначатись на структурі веб-сторінок [64, с. 518].

Отже, для комфортного перебування відвідувача на сайті і для полегшення пошуку матеріалів сайт повинен мати чітку і продуману структуру. Для дизайнерів і розробників сайту важливі передусім фізичні рівні структури, тобто впорядкування набору файлів різного типу.

Таким чином, термін архітектоніка належить має грецьке «походження. Архітектоніка мережеских видань суттєво відрізняється від інших ЗМІ. Саме тому вважаємо за доцільне описати, чим відрізняються сучасні медіа видання від більш традиційних різновидів ЗМІ – друкованих. Порівняння особливостей мережеских та друкованих ЗМІ здійснимо на прикладі газетного видання.

Розглянемо детальніше специфіку публікацій мережеских медіа, способи унаочнення журналістського тексту та специфіку рубрикації сайту як такого.

Журналістський текст та його специфіка. Насамперед варто охарактеризувати яким чином змінився журналістський текст під впливом інтернет-середовища. Особливості інтернет-матеріалів цікавлять багатьох науковців: Б. Потятиник та Н. Габор доводять вагомність інтернет-журналістики взагалі, Р. Крейг аналізує матеріали англійських інтернет-видань.

Вважаємо за доцільне подати визначення поняттю «контент». Політематичний, багатожанровий зміст в інтернет-ЗМІ називається *контентом*.

З цього виходить, що контент у веб-просторі - це інформаційне наповнення. «Словник медіатермінів», підготовлений компанією «Медіа Ресурси Менеджмент», пропонує таке визначення: «Контент - зміст, наповнення інформаційного ресурсу. У сфері засобів масової інформації - це будь-який аудіовізуальний твір (фільм, програма, заставка, серіал) або інформація в доступному вигляді (репортаж, інтерв'ю, новина), а також текст, відео, аудіо та зображення, доступні для публічного перегляду. Загалом, терміном «контент» можна описати всю доступну інформацію, яку користувач може отримувати, аналізувати і обробляти. Термін має відношення як до мультимедійних ЗМІ, так і до друкованих або інтерактивних носіїв» [55, с. 45].

Поняття «контент» головним чином використовується для опису змісту, тобто це переважно змістова категорія. Але з подальшим розповсюдженням мультимедійності інформації значення почало розширюватися — і на сьогодні в практиці стали застосовувати поняття «візуального контенту». В «Енциклопедії електронних мас-медіа» (І. Мащенко) є лише трактування терміна «візуальний» (лат. Visuals - зорове спостереження) - «той, що належить до безпосередньо зорового сприйняття (неозброєним чи озброєним оком)» [32, с. 65].

Напрочуд суттєвих змін протягом останніх десятиліть зазнали і журналістські публікації.

С. Машкова наголошує: в цілому, в мережевих ЗМІ є три види жанрів: інформаційні, аналітичні, художньо-публіцистичні. Найбільш ефективні видання, в яких поєднується обидва типи інформації – новини та аналітика. Новим жанром, відмічає дослідниця, можна вважати веб-огляд, який не часто трапляються в традиційній журналістиці. Однак, саме він «особливо в початковий період розвитку мережевих ЗМІ, набув характеру епідемії» [31, с. 22]. Крім того, статус нового жанру мають блоги та веб-блоги, прототипами яких можна назвати авторські колонки в друкованих ЗМІ.

Позаяк, система жанрів онлайн-журналістики (яка перебуває у стадії формування) – це трансформована система класичних жанрів журналістики,

яка характеризується зменшенням текстового обсягу та насиченням візуальними елементами [64, с. 82].

Як запевняє львівська дослідниця Л. Конюхова, інтернет-споживач хоче довідатися про новину одразу, не затрачаючи багато часу для пошуку її. Тому дуже важливо правильно структурувати інформаційне повідомлення: спершу задовольнити першочергові запити споживача, і лише після цього подати йому детальну інформацію [26, с. 130].

Саме тому інтернет-журналісти здебільшого традиційно структурують свої тексти, факти в яких розставляють за порядком зниження значущості. Інтернет-матеріал розпочинається із заголовка, після нього йде ввідний абзац – лід. А вже потім – текст. Заголовок не лише вказує на тему, а й інформує про рему (ядро) повідомлення – тобто про те, заради чого готувався матеріал. У початковому абзаці, тобто в ліді, дещо детальніше, ніж у заголовку, викладено головні елементи події: повідомлено, де та що відбулося, просто розширено заголовок чи уточнено деталі того, що заявлено в ньому [26, с. 131]. Створюється враження, що в ліді головні елементи подій узагальнюються. Це дозволяє довідатися про зміст новин дуже швидко.

Текст інтернет-новин своєрідно доповнює те, про що йдеться в ліді. Автори інтернет-новин намагаються подати матеріал привабливо й лаконічно. Щоб не перевантажувати читача додатковою (хоч і важливою) інформацією, вони в тексті повідомлення неодноразово можуть покликатися на інші джерела інформування.

Сам же текст новин, як правило, розбитий на елементи – тематично згруповані блоки інформації. Іноді ці елементи є окремими абзацами чи реченнями. Таке впорядкування тексту робить його більш читабельним та легким для сприйняття. Блоки інформації в тексті розташовані так, що читач спочатку отримує відповіді на найсуттєвіші питання: хто, що, коли й де, а потім отримує супровідну інформацію – довідується про додаткові аспекти розглядуваного питання [26, с. 131].

Текст новин, як і самі новини в цілому, побудований так, що факти розставлені в порядку зниження значущості, від найважливіших до менш важливих. Таку техніку подання матеріалу дослідник інтернет-журналістики Р. Крейг називає перевернутою пірамідою [27, 129]. Саме така структура новин допомагає розгорнути зміст заголовка, передати повідомлення найбільш швидко й ефективно, а отже, є доцільним способом організації інформації.

Також варто звернути увагу, що у сучасних ЗМІ публікація може існувати у скороченій формі – у складі переліку публікацій, і в розгорнутій – у вигляді повного тексту, розміщеного на окремій сторінці. Пристатейний апарат цього способу подання повідомлення включає такі елементи: назва рубрики, до якої належать публікація; заголовок статті; анотація матеріалу; фотографія-ілюстрація; спеціальні позначки [26, с. 131].

Отже, журналісти найчастіше використовують не надто великі форми подання інформації, де лаконічно намагаються викласти найважливіші аспекти тієї чи іншої теми.

Жанри у мережевих медіа зазнали суттєвих змін. Так, Є. Цимбаленко наводить приклад, репортаж в онлайн-журналістиці може бути трансформований до безперервного постингу коротких інформаційних повідомлень з місця подій у соціальних мережах. Трансформований репортаж є синтезом трансформованих інформаційних повідомлень (зокрема твітів), традиційного звіту, традиційного репортажу з елементами аналітичних та, в окремих випадках, художньо-публіцистичних жанрів [63, с. 81].

Маємо зробити акцент на тому, що більшість трансформованих жанрів використовуються громадськими журналістами. Громадська журналістика не є сферою професійної журналістики, тому що журналістом може стати людина, яка не знає професійних та етичних стандартів.

В інтернет-версіях популярних видань зберігаються такі жанри, як замітка та розширене повідомлення. Інтернет-версії друкованих видань у наш час набувають більшої популярності, зростає відвідуваність, а продажі падають.

Таким чином, при написанні журналістського матеріалу для мережевих ЗМІ доцільно використовувати поради дослідників: правильно структурувати текст, писати змістовні заголовки та ліди, намагатися уникати зайвої конкретики або ліричних відступів, використовувати гіперпосилання та доречний ілюстративний матеріал тощо.

Крім власне журналістського тексту, в сучасних інтернет-медіа дуже часто можна зауважити користувацький контент.

К. Назаренко таким чином класифікує користувацькі матеріали, котрі можна зауважити у медіа:

1. Контент, використаний у складі медіапродукту. Це будь-який матеріал: світлини, аудіо- та відеозаписи, нарис або авторський матеріал,

2. Контент, створений та розміщений на окремих медіамайданчиках, у спеціалізованих розділах порталів, або той, що існує паралельно до основного медіапродукту. Сюди належать різноманітні коментарі або відгуки до поста у соціальних мережах чи інформації у блогах, проте такими матеріалами також часто оперують журналісти.

Журналіст або редактор, який опрацьовує вказані матеріали, повинен дотриматися структури роботи із користувацьким контентом. Як наголошує українська дослідниця К. Афанасьева, насамперед варто перевірити достовірність отриманого продукту, тобто здійснити факт-чекінг.

Фактчекінг (англ. fact-checking) – термін, що увійшов до термінології медіа науки досить недавно. Під цим поняття мається на увазі «перевірку фактів у документах, виступах та публікаціях на відповідність дійсності за допомогою Інтернету та різних інновацій» [13]. За іншим визначенням, «фактчекінг – перевірка тверджень на повноту, достовірність та наявність маніпуляцій. Цей процес не лише захищає суспільство від брехні, а й допомагає виховати у сприймачів інформації критичне мислення» [61].

Можна розділити фактчекінг на попередню перевірку та пост-перевірку. Перед публікацією з тексту вбираються фактологи, неточності й описки. Це допомагає уникнути серйозних проблем, наприклад, судових процесів та

дискредитації. Фактчекінг звичайно здійснює сам журналіст і редактор, але в деяких ЗМІ є посада штатного фактука.

Другим етапом роботи із користувацьким контентом є встановлення власника авторських прав та отримання дозволу на публікацію. К. Назаренко наголошує, що саме на редактора або журналіста покладений обов'язок перевіряти інформацію на плагіат чи будь-яке порушення авторських прав користувацького контенту. «А в разі, коли такий плагіат винайдений читачами, надати автору статті можливість вказати джерело запозичення або повідомити про такий факт широкому загалу» [38, с. 78], – звертає увагу К. Назаренко.

Третій етап – обробка контенту. Такі матеріали повинні бути написані відповідно до норм української мови, цензурною вмотивованою лексикою. Українські користувачі ж часто продукують матеріали, де порушено низку мовних норм. Але, відповідно до наявних на сайтах інтернет-медіа Умов, можна виокремити три алгоритми дій редактора: пряме втручання в користувацький контент; опосередковане втручання в користувацький контент; відсутність можливості втручання (наприклад скріпи коментарів до певних постів чи публікацій) [37, с. 186].

Отже, користувацький контент важлива складова інтернет-медіа, попри те, що такі тексти потребують часу журналіста та редактора.

Способи унаочнення матеріалу. Крім цього, варто звернути увагу, що візуальний контент також є складовою мультимедіа, що разом із текстовим контентом становить частину загального інформаційного наповнення веб-простору. Ця комп'ютерна технологія відображення інформації й визначає особливість Інтернет-ЗМІ. Величезний масив тексту в поєднанні з його інтерактивністю та оперативністю й висуває цей засіб комунікації на передові позиції.

Мультимедійна подача інформації проявляється в різних формах: від фотогалерей на сайті до аудіо-слайдшоу, лінійного відео, анімованої інфографіки, нелінійних інтерактивних історій, документальних проєктів в інтернеті і фільмів. Основні вимоги до створення мультимедійної історії [48, с. 60]: 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.

За характером інформації візуальний контент може бути комерційного (банери, анімації), розважального (фотографія, ілюстрація) та інформаційного (інфографіка, відеорепортаж) змісту, вираженого у різних форматах одночасно.

Отже, інтерактивність чи багатосторонній інформаційний обмін зі споживачами, дозволяє, як мінімум, стати активним читачем, маючи можливість коментувати, приймати участь у дискусіях з обраної теми, як максимум, стати активним учасником або навіть співавтором чи автором журналістського тексту. З іншого боку саме ці характеристики, по суті, зумовили процес формування нових жанрових форм журналістики.

Для доповнення варто звернути увагу, що російська науковець Н. Лосева [30] досліджувала специфіку мультимедійних журналістських жанрів. Насамперед, це мультимедійна історія, яка вимагає дотримання двох умов: вона має складатися із різних елементів інформації та відображатися на технологічній платформі, що робить перегляд кожного з цих елементів доступним.

Мультимедійна історія може включати в себе жанри, що можуть бути як структурними компонентами історії, так і окремими завершеними публікаціями. До них відносяться: статична ілюстрація; класична ілюстрація в мультимедійній історії; слайд-шоу, яка відрізняється від фотострічки насамперед тим, що картинка «перегортаються» самі в режимі «фотофільму» і часто дуже схожі на відео; карикатура –традиційний жанр, який отримує нове дихання в конвергентному ЗМІ, перетворюючись на анімаційну; підкаст – звуковий файл, передача, закінчений сюжет; аудіоілюстрація – мінімально короткий фрагмент аудіозапису, що відноситься до певної частини тексту; аудіоверсія тексту – начитаний диктором або електронним диктором текст повідомлення; аудіосюжет, який схожий на класичні радіо сюжети з цитатами ньюзмейкерів та інтершумом; відеоілюстрації – фрагмент відео, який має

відношення до певної частини тексту, інфографіки або мультимедійної статті; відеосюжет – закінчене відеоповідомлення, яке має свою зав'язку, кульмінацію і розв'язку; відеоколонка, відеонарис, відеокоментар – жанр, який вийшов з телевізійних студій і, швидше за все, став проміжним етапом перед тим, як перетворитися на інтерактивну відеоколонку [30, с. 129 - 145].

Детальніше зазначимо специфіку фотожурналістики в мережових ЗМІ та роль інфографіки.

Цифрова епоха дала фотосправі взагалі, не тільки в мас-медіа, новий сильний імпульс. Про це пише О. Колісник, сучасні новітні технології активно впливають на розвиток фотографії, пропонуючи нові форми зберігання та виведення зображення, його редагування. Потужні графічні програми дозволяють опанувати нові техніки роботи з фотографічним зображенням, тим самим переводячи нас на інший, більш якісний рівень візуального сприйняття» [25, с. 64].

Крім того, інтернет-ЗМІ мають суттєві переваги: фотокори газет або журналів зазвичай приносять із кожного редакційного завдання по кілька десятків знімків, із яких секретаріат друкованого видання може відібрати 1–2, від сили 3–5 робіт.

С. Грицай називає фотографію одним з основних засобів візуалізації в ЗМІ, адже в сучасних інтернет-виданнях візуальний контент має значний пріоритет над текстовим і володіє найбільшим інформаційним потенціалом» [14, с. 57].

Фотозображення є досить популярним форматом сучасної журналістики. Підходи до використання цього формату різноманітні особливо в мережових медіа. Останні, наприклад М. Чабаненко [64], умовно розподіляє на ті, що перенесені до веб-середовища з традиційної періодичної преси, і ті, що виникли завдяки можливостям Інтернету. До перших належать:

- 1) ілюстрування коротких заміток невеликою кількістю простих фотознімків, а класичних репортажів – дещо більшою кількістю;

2) анонсування актуальних новин (вибір редакції) на головній сторінці сайту (аналог першої сторінки друкованого видання) світлинами репортажного характеру [64, с. 518].

Враховуючи потребу в компресії інформації та популярність візуалізації, до особливостей використання фотоілюстрацій у інтернет-новинах, які можна вважати проявом актуальних процесів медіасфери, слід зарахувати такі форми подачі новинних повідомлень, у яких акцент зроблено саме на зображеннях. Інтернет-видання з контентом, що складається лише з фотонovin, якнайкраще відповідає викликам сьогодення.

Для фотогалерей, які містять значну кількість знімків (або не так багато, але дуже великого розміру), інтернет-видання часто створюють окремі рубрики. Так, сайт газети «Сьогодні» segodnya.ua створив фотопроект, присвячений усього одній темі – військовому конфлікту на Донбасі. Редакція приймає любительські фото від аудиторії і таким чином уже зібрала понад.

У свою чергу інфографіку також активно використовують у журналістиці. За визначенням Г. Волинець, інформаційна графіка – одне з наймолодших явищ у друкованих ЗМІ. До інфографіки традиційно зараховують довідкову або ілюстративну інформацію, подану у вигляді таблиць, креслень, технічних малюнків, діаграм, карт тощо [2, с. 68].

Інфографіка дає змогу передати інформацію лаконічно, скомпресовано й водночас точніше, зрозуміліше та ефективніше за текст, подати певні відомості в такому вигляді, коли для сприйняття вистачає кількох секунд.

Інтерес до цього засобу застосування в ЗМІ викликаний зростанням обсягів медіа-повідомлень – ущільнення інформації закономірно призводить до переважання графіки над текстом. Вважати інфографіку зовсім новим форматом журналістських повідомлень неправильно: новими є лише мода на її застосування і на сам термін, але в Інтернеті з його багатими технічними можливостями вона може здобути нові виміри.

Серед інфографіки, яку найчастіше використовують у сучасних ЗМІ, на наш погляд можна виокремити такі:

– графіки – їх часто подають у темах, що стосуються росту курсу долара, підвищення цін пального тощо.

– таблиці. Чимало Інтернет-ЗМІ публікації містять чимало таблиць, що демонструють універсальний інструментарій для приваблення читацького інтересу, зокрема виділення рядків/стовпчиків різними кольорами або контрастами світле/темне.

– гістограми. Крім таблиць, досить часто медіа використовують гістограми (гістограма – спосіб графічного подання табличних даних; кількісні співвідношення деякого показника представлені у вигляді прямокутників, площі яких пропорційні; найчастіше для зручності сприйняття ширину прямокутників беруть однакою, при цьому їх висота визначає співвідношення відображуваного параметра, зокрема, оприлюднюючи різного роду рейтинги) [10, с. 71].

– діаграми. За словами дослідників, майже в кожній газеті друкують різні діаграми – найбільш поширений спосіб графічних зображень. Активні такий метод використовують у інтернет-медіа.

Отже, візуальний контент також є складовою мультимедіа, що разом із текстовим контентом становить частину загального інформаційного наповнення веб-простору.

У свою чергу фотоілюстрації та інфографіка виступають доволі важливим елементом у вираженні журналістської думки, які подають не менше інформації, ніж текстовий елемент публікації.

Крім цього, варто зауважити, що сьогодні чимало авторитетних та популярних ЗМІ дублюють свій контент (текст, фото, відео тощо) у електронних ЗМІ, насамперед у мережі Інтернет, адже дедалі більше споживачів медіапродукції, особливо молоді, проводять свій вільний час, спілкуються, працюють у мережі. Такі традиційні газети в Інтернеті як «День», «Експрес», «Високий Замок», «Комсомольська правда в Україні» використовують відео на своїх сторінках в Інтернеті.

Проте сучасні дослідники зауважують низку проблем із контентом друкованих ЗМІ в Інтернеті. До прикладу, львівська дослідниця І. Мудра [36] слушно зауважує, що кожний сайт ЗМІ повинен вирізнятися серед інших ЗМІ. «Редакціям газет варто задуматися над тим, як заохочувати читачів відвідувати саме ваш сайт. Можна взяти за приклад газету «День» і її віртуальні екскурсії музеями. Районні редакції за таким принципом можуть рекламувати місцеві музеї, місто та інші місцеві цікавинки» [36, с. 273], – зауважує дослідниця.

Цю тенденцію одразу ж відчули і підхопили політики, про що свідчить їх проникнення і участь у соціальних мережах, блогах, форумах тощо. Молода українська дослідниця Ю. Білоус на підтвердження останньої думки наводить приклад виборчої кампанії Президента Обами, котра стала «першою ластівкою, що засвідчила досі недооцінений масив користувачів мережі з точки зору можливостей політичного маніпулювання» [3, с. 22]. Як відомо, виборчий штаб кандидата у президенти Б.Обами приділив значну увагу роботі з соцмережами і блогами, для того аби кожний американець міг відчути свою пряму приналежність до формування політики майбутнього президента, або ж принаймні повірити у те, що політик почув його.

Висновки до розділу

В інтернет-ЗМІ журналіст має змогу викласти велику кількість фото, відеозаписи, якісно прописати інфографіку, викладати стріми і так далі. Не менш важливим є й те, що читачі усю інформацію можуть переглядати відразу після її опублікування, не треба чекати чергового виходу у світ номера газети чи програми на телебаченні.

З допомогою гіперв'язок можна пов'язувати між собою низку матеріалів аналогічної або схожої тематики. Під кожним матеріалом читачі мають змогу залишати коментарі, що дозволяє зрозуміти читацькі вподобання та актуальність тієї чи іншої теми. У кожного новинного ресурсу є кілька обов'язкових елементів, це насамперед шапка, рубрикація, стрічка новин, домашня сторінка тощо. Завдяки вдало продуманій системі із вище перелічених елементів читач може з легкістю знаходити потрібну інформацію, а ЗМІ

виділятися серед конкурентів. Кожний медіа оформлений у певній кольоровій гамі – як правило для оформлення використовують два-три кольори.

Журналістські публікації у мережевих медіа відрізняється від друкованих. Сьогодні можна зауважити, що журналісти пишуть невеликі за обсягом матеріали, використовуючи чималу кількість фото. Негативним явищем є те, що в таких ресурсах часто уникають публікації аналітичних та художньо-публіцистичних жанрів, високий рівень сенсаційності публікацій.

РОЗДІЛ II

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ТЕМАТИКИ ТА СТРУКТУРИ СУЧАСНИХ ІНТЕРНЕТ-ВИДАНЬ ЛІВОБЕРЕЖНОЇ УКРАЇНИ

2.1. Специфіка харківських он-лайн медіа (на прикладі «Kharkiv Today» та «Город Х»)

Як зазначає Г. Почепцов, ми живемо у світі комунікації, де 70 % свого часу людина витрачає на спілкування, тож забезпечення належної життєдіяльності без нього не є можливим. Тому питання організації комунікативного процесу є важливим для творення суспільства. Проте правильна організація будь-якого процесу неможлива без з'ясування його природи, побудови моделі, що пов'язано із вивченням структури, факторів, які впливають на нього, системи актів, що становлять його основу [45, с. 7]. Інтернет-ЗМІ на сьогодні стали важливою частиною комунікативного простору в нашій країні.

Засоби масової Інформації в Інтернеті активно користуються попитом серед українців, адже надають швидкий доступ до публікацій різної теми та жанру, дозволяють користувачам залишати коментарі та ділитися цікавою інформацією на своїх акаунтах у соціальних мережах.

У місті Харків наявні 12 мережевих ЗМІ, з яких найпопулярнішими є «Kharkiv Today» та «Город Х» (від 30 тис. користувачів на день). Усі новинні сайти ведуться тільки російською мовою, і навіть не є двомовними, єдиними винятками є ресурс «Справжня Варта» та сайт «Майдан», який, втім, не дуже часто оновлюється і орієнтується більше на загальноукраїнську аудиторію.

Привертає нашу увагу ресурс «Kharkiv Today» – це інтернет-видання, що засноване 2006 року та доступне за адресою <https://2day.kh.ua>. Для аналізу обрано матеріали сайту за перші три декади 2019 року.

Варто вказати, що це інтернет-ресурс містить низку традиційних для мережевих ЗМІ елементів структури. Так, тут наявна кнопка пошуку по ресурсу, кнопки для переходу на акаунти ЗМІ у соціальних мережах, шапка

сайту розміщена вгорі видання, наявні блоги та кожен користувач може залишити під публікацією свій коментар.

В оформленні порталу переважають чорні та червоні кольори, саме у такому тоні подана і назва видання «Kharkiv Today» у верхньому лівому кутку. Вгорі справа від назви розміщені останні блоги відомих у регіоні людей, наприклад: блогер Бачо Корчилава оприлюднив матеріал «Будет еще много формул по Донбассу» (<https://2day.kh.ua/> - Режим доступу: 13.09.2019); представник готелів Aleenta Phuket і Akura Beach Club в Україні Микола Павлов підготував матеріал «Кидалы на курортах: как избежать проблем» (<https://2day.kh.ua/> - Режим доступу: 2.09.2019) та інші.

Рубрикація сайту та більшість новин подаються російською мовою, змоги переключити мову перегляду немає, проте час від часу трапляються україномовні публікації, як-ось, наприклад, блог львівського міського голови Андрія Садового.

Рубрикація видання є доволі типовою, і нараховує такі рубрики: «Главная», «Политика», «Экономика», «Культура», «Спорт», «Мир», «Статьи», «Блоги».

Бачимо, що в основу лягли найважливіші тематичні параметри, а також жанр статті та блогу. Попри те, що такий підхід до рубрикації часто використовують сучасні ЗМІ, на наш погляд, варто додати ще кілька жанрів, наприклад, репортаж, а також фото- та відеоматеріали, оскільки інтернет має чималі можливості щодо донесення до читача таких різновидів інформації.

Домашня сторінка умовно розділена на три колонки. Стрічка новин розміщена посередині. Зліва вміщено кілька останніх публікацій із головних новин та статті. Справа розміщені відео, які не подаються у рубриці як такі, блоги, ТОП-новини та опитування. Варто вказати, що опитування на момент аналізу сайту було відсутнє: «Sorry, there are no polls available at the moment».

Також варто додати, що у блоці «Топ-новости» користувач самостійно може обрати найкращі публікації за трьома параметрами: що найбільше читають, обговорюють і чим найчастіше діляться у соціальних мережах. Так, на

вкінці березня 2019 року можна було зауважити такі публікації, як «Подсчет голосов: Харьковская область проголосовала за Зеленского, за исключением одного округа» (<https://2day.kh.ua/> - Режим доступа: 31.02.2019), ««Харьковгаз» оштрафовали на 850 000 гривен за несуществующие объемы в платежках» (<https://2day.kh.ua/> - Режим доступа: 12.02.2019), «Зайцева поменяла адвоката и подала апелляцию» (<https://2day.kh.ua/> - Режим доступа: 26.03.2019) тощо. Для порівняння в середині вересня лідирували такі матеріали, підрубрика: «Читають»: «Убил девушку, закопал, признался, а потом передумал: мать убитой боится, что 17-летний студент не будет наказан» (<https://2day.kh.ua/> - Режим доступа: 19.08.2019), «Обговарюют»: ««Решалы», «всем стоять» и битва за пассажиров: как жители Песочина, Солонищевки и Люботина стали заложниками перевозчиков» (<https://2day.kh.ua/> - Режим доступа: 9.09.2019), «Діляться»: «На Екатеринославской особенная карусель. Харьков в начале XX века» (<https://2day.kh.ua/> - Режим доступа: 10. 09.2019).

Загалом можна зауважити, що увагу читачів ресурсу найбільше привертають теми про суспільно важливі події (зокрема, вибори), комунальні послуги та інші проблеми в місті та резонансні кримінальні події (як справа Зайцевої). Активно діляться публікаціями із відео про історичний Харків, відтак вважаємо позитивним явищем потяг містян до вивчення своєї історії та культури.

Протягом дня стрічка новин поповнюється близько 50 новинами. Левова частка публікації стосуються Харкова, інші – важливі новини всеукраїнського чи світового характеру, цікавинки з інших областей країни.

Проаналізуємо специфіку кожної із вказаної вище рубрик. Так, після рубрики «Главная» розміщується «Политика», прочому варто вказати, що тут вміщують переважно публікації всеукраїнського рівня, наприклад: «Рекордный размер: украинцам показали бюллетень-2019» (<https://2day.kh.ua/> - Режим доступа: 21.03.2019), «Верховная Рада закрепила в Конституции курс на членство в ЕС и НАТО» (<https://2day.kh.ua/> - Режим доступа: 7.02.2019), «Ульяна Супрун возвращается из Америки, чтобы продолжить исполнять обязанности»

(<https://2day.kh.ua/> - Режим доступу: 6.02.2019), «Первая леди рассказала, чем будет заниматься в ближайшие 5 лет» (<https://2day.kh.ua/> - Режим доступу: 14.09.2019), «Харьковчанин стал замминистра экономики» (<https://2day.kh.ua/> - Режим доступу: 11.09.2019). Останній матеріал є прикладом того, що випускові редактори та журналісти активно відстежують роботу харків'ян у Верховній Раді та органах виконавчої влади всеукраїнського рівня. Додамо, що загалом протягом місяця у цій рубриці з'являється кілька десятків публікацій, що доволі небагато.

Наступна рубрика «Економика» – тут подають здебільшого матеріали «Политика» місцевого рівня про: комунальні послуги, громадський транспорт, стан навчальних закладів, судові справи та справи підприємств. Наприклад: «Жители Харьковской области заказали на зиму два миллиона кубометров природного газа» (<https://2day.kh.ua/> - Режим доступу: 12.09.2019), «Поселок Рогань под Харьковом рискует остаться без отопления» (<https://2day.kh.ua/> - Режим доступу: 14. 08.2019), ««Укразалізниця» закупила корм для собак на 125 тисяч гривень» (<https://2day.kh.ua/> - Режим доступу: 8.08.2019). Вважаємо, що краще було розділи рубрику на економіку та суспільство.

Кількість публікацій рубрики «Культура» значно вища, ніж попередні дві. Наведімо кілька прикладів: анонс «В Харькове пройдет Международный фестиваль Kharkiv Music Fest: Моцарт» (<https://2day.kh.ua/> - Режим доступу: 1.02.2019), звіт «Юные харьковчане стали призерами Международной математической олимпиады» (<https://2day.kh.ua/> - Режим доступу: 25.02.2019), репортаж «Прогулки по Харькову. Дом Софьи Мигриной на улице Чернышевской» (<https://2day.kh.ua/> - Режим доступу: 15.02.2019), замітка «Сергей Бабкин показал, как встречает Новый год» (<https://2day.kh.ua/> - Режим доступу: 3.01.2019), «Харьковчанка стала победительницей «Мисс Украина 2019»» (<https://2day.kh.ua/> - Режим доступу: 13.09.2019) тощо. Бачимо, що редакційна колегія концентрує увагу на тих подіях, які відбулися або будуть відбуватися у Харкові. Хоча також редактори не оминали новин про національний відбір

Євробачення, конкурси моделей, теми про рекордні збори від прокатів певних фільмів тощо.

Рубрика «Спорт» користується популярністю серед випускових редакторів видання. Особливо ретельно відстежуються футбольні новини, пов'язані із місцевою збірною (наприклад «Украинское классико: на матч «Шахтер — Динамо» уже продано 17 тысяч билетов» (<https://2day.kh.ua/> - Режим доступу: 31.03.2019), також приділяється увага й іншим видам спорту (<https://2day.kh.ua/> - Режим доступу: «Элина Свитолина вышла в полуфинал теннисного турнира в Дубае» (<https://2day.kh.ua/> - Режим доступу: 22.02.2019), «Харьковчане завоевали «золото» на международном соревновании по боевому самбо» (<https://2day.kh.ua/> - Режим доступу: 25.02.2019), «Харьковчан приглашают на Всеукраинский фестиваль хип-хоп культуры» (<https://2day.kh.ua/> - Режим доступу: 11.09.2019) та багато інших).

Інформацію про світові події вміщено у рубриці «Мир», наприклад: «От сильнейшего за 100 лет наводнения в Испании погибли 5 человек» (<https://2day.kh.ua/> - Режим доступу: 14.09.2019), «Индия вывела свою космическую станцию на орбиту Луны» (<https://2day.kh.ua/> - Режим доступу: 20.08.2019), «Экоактивисты задержали кортеж «слуги народа» Бориса Джонсона (Видео)» (<https://2day.kh.ua/> - Режим доступу: 25.07.2019) тощо.

Рубрика «Статті» містить різні авторські матеріали, які не завжди відповідають вказаному жанру. Варто звернути увагу, що деякі із публікацій вміщені одночасно у цій рубриці та у «Блогах». У той же час варто відзначити, що громадянська журналістика на цьому сайті представлена доволі непогано. Читачі мають змогу, наприклад, ознайомитися із точкою зору голови Центру досліджень політичних цінностей, голови Мистецького Об'єднання "Остання барикада" Олександра Донія у публікації «Путіну і Кремлю вигідний розкол української нації» (<https://2day.kh.ua/> - Режим доступу: 14.09.2019), волонтера Юрія Касьянова «Если мы заплатим за освобождение пленных суверенитетом, за что они томились в плену?» (<https://2day.kh.ua/> - Режим доступу: 5.09.2019) тощо. У блогах часто можна зауважити напрочуд чітко виражену позицію,

відверто висловлену думку щодо важливих суспільних подій, як приклад наведемо уривок із згаданого нами матеріалу Олександра Донія: «Я знаю, що більшості сьогодні на це наплювати. Більшість хоче миру за всяку ціну, гарантованої миски з юшкою, доброго царя, і щоб сильно не били. А правляча більшість дуже хоче прославитися звільненням полонених» (<https://2day.kh.ua/> - Режим доступу: 14.09.2019).

Привертає увагу матеріал «Мости устали. 70% путепроводов в Харьковской области не отвечают стандартам» (28.08.2019), який справді належить до жанру «стаття». Журналістка Олена Павленко підняла актуальну тему неналежного стану великої кількості мостів, інформаційним приводом до підготовки публікації став обвал моста на Окружній 25 вересня. Журналістка коротко констатувала, що трапилося із вказаним мостом та перейшла до аналізу інших мостових споруд: «Міст обрушився на залізницю, дивом нікого не вбивши - вранці вихідного дня тут було досить слабкий рух» (<https://2day.kh.ua/> - Режим доступу: 28.08.2019). Для аргументування позиції журналіста було узято коментар жительки одного із проблемних районів із соціальних мереж та у чиновника. Так пересічна жителька міста Олена зауважує поганий стан ще одного мосту: «Ситуація з проїздом транспорту на Холодну гору через Баварію майже безвихідна. Ми сьогодні їхали машиною від «Тіп-топ» (магазин у Високому - ред.) До Холодної гори півтори години», у той же час начальник Служби автодоріг в Харківській області Євген Зражевець говорить про довгу процедуру подання документів : «Готуємо пакет документів в «Укравтодор» за допомогою, тому що для капремонту державної дороги потрібна постанова Кабміну - мова ж йде про державний бюджет» (<https://2day.kh.ua/> - Режим доступу: 28.08.2019). Крім цього, Олена Павленко аналізує необхідність переходу на іншу систему стандартів щодо вантажопідйомності мостів, яка уже десятиліттями діє у Європі. Завершується публікація невтішним висновком: «На нові стандарти так і не перейшли, але навіть якщо б вагу вантажівок вже обмежили, контролювати це нікому, в усякому разі, в Харківській області» (<https://2day.kh.ua/> - Режим доступу: 28.08.2019).

Більшість публікацій, що є типовим для інтернет-ЗМІ, належать до так званих «паркетних» новин (передруки із інших ресурсів, сайтів відомств чи міністерств), проте серед журналістських публікацій можна зауважити матеріали аналітичних жанрів: стаття, коментар, розслідування тощо.

Крім цього, варто зауважити, що журналісти нечасто послуговуються такими перевагами інтернет-ЗМІ, як можливість вміщувати інфографіку, необмежену кількість фотографій, відео, вести трансляції в режимі он-лайн (стріми) тощо.

Інтернет-медіа «Город Х» – це відносно новий ресурс, заснований 2015 року, проте за короткий термін часу йому вдалося завоювати прихильність багатьох мешканців Харкова. Доступне видання за адресою <https://gx.net.ua/>. Редактор - Олександр Брусенцов, журналісти: Ірина Зозуля, Олена Рижова [О Нас]. Бачимо, що презентований доволі лаконічний штат, що може негативно вплинути на якість та різноманітність авторських публікацій на сайті.

Оформлене видання в досить скромній чорно-зеленій гамі. У самому горі домашньої сторінки вміщена тонка чорна смуга, справа якої розташували кнопку для пошуку, аби користувачам було простіше знайти потрібну інформацію.

Вгорі – шапка, що складається з назви, поданої шрифтом чорного кольору («Город») та зеленим шрифтом іншої гарнітури вміщено літеру «Х» як скорочення від «Харків». На задньому фоні назви широкою смугою подано силуети міста у чорно-білих тонах. Вгорі від назви подається дата перегляду ресурсу, а внизу – його ідентифікація: «новинний портал». Для оформлення рубрик використовують також інші кольори, зокрема червоний, зелений та блакитний.

Домашня сторінка ресурсу поділена горизонтально (Див. Додаток Б.). У першому блоці зліва вміщені найбільш резонансні події, справа – стрічка головних новин. Варто зауважити, що в обох колонках вміщено аналогічні новини, тільки їх графічне подання різне. Випускові редактори роблять значний акцент на кримінальній тематиці. Так, у середині вересня

2019 року у цій частині основної сторінки були вміщені такі матеріали: «Вылетела из окна ногами вперед». Нашелся очевидец страшной семейной ссоры в Харькове» (<https://gx.net.ua/> - Режим доступу: 16.09.2019), «Жителей Харькова наградят за воспоминания (фото)» (<https://gx.net.ua/> - Режим доступу: 16.09.2019), «Мужчина из Харьковской области пытался свалить вину на двойника» (<https://gx.net.ua/> - Режим доступу: 14.09.2019), "Болевой шок будет таким, что сердце не выдержит". В Харькове у женщины украли деньги, собранные на операцию (видео)» (<https://gx.net.ua/> - Режим доступу: 15.09.2019).

Далі сторінка візуально поділена на дві колонки: зліва – подають останні новини із рубрики «Суспільство», «Економіка», «Політика», «НП», «Спорт», «Здоров'я» та інші рубрики. Ліва колонка значно вужча, у ній читачі можуть зауважити публікації із рубрик «Блоги», «Комікси», «Прогноз погоди» на поточний та наступний день, Архів новин по датах та цитату дня.

Привертає увагу, зокрема, останній атрибут, який більше властивий для друкованих видань (наприклад, трапляється у газеті «День»). Тут можна прочитати цікаві вислови відомих людей переважно про Харків або Україну, наприклад: «У Харкові я відразу потрапив в абсолютно новий для мене світ. У числі моїх особливостей завжди була підвищена сприйнятливність до світла і повітря, до найменшого їх відмінності. І ось перше, що вразило мене в Харкові: м'якість повітря і те, що світла в ньому було більше, ніж у нас. І. Бунін». Вважаємо цитати цікавим доповненням електронних видань.

Сайт налічує такі головні рубрики, відсилання на які вміщені у так званій «шапці» сайту: «Все новости»; «Харькову – 365»; «Здоровье»; «Город X TV»; «Отдых конкурс»; «Видеокомиксы».

Щодо назв рубрик і їх реального наповнення виникає низка запитань. Охарактеризуємо тематику та типові публікації кожної із рубрик. Так, «Все новости» поділяється на декілька підрубрик: «Суспільство», «Економіка»,

«Політика», «ЧП», «Спорт». Крім цього, варто звернути увагу, що перші три підрубрики своєю чергою теж поділяються на новини із України та із Харківського регіону.

Якщо клікнути рубрику «Всі новини», то висвітлюється суто стрічка новин. Вважаємо, що стрічку новин як таку варто було вмістити на домашній сторінці, аби усі користувачі, що переходять на сайт, у першу чергу могли зауважувати свіжі новини. Аби переглянути події тематично, читач повинен обрати відповідну рубрику. Розглянемо детальніше їх вміст.

Підрубрика «Суспільство» у частині регіональних подій накопичує переважно запозичені з інших ресурсів матеріали про резонансні кримінальні події у місті, комунальні послуги, історичні розкопки, планування фестивалів або тематичних свят і таке інше. Частина про всеукраїнські події не наповнюється узагалі, відтак виокремлювати її немає сенсу.

Наступна підрубрика «Економіка» переважно вміщує замітки про підняття цін на продукти харчування, затримку заробітної плати, підняття вартості проїзду у громадському транспорті. Наведімо кілька прикладів: «Тысячи жителей Харькова и области остались без зарплаты» (<https://gx.net.ua/> - Режим доступу: 9.09.2019), «Вынуждены считать каждую копейку. Кто из жителей Харькова и области зарабатывает меньше всех» (<https://gx.net.ua/> - Режим доступу: 2.09.2019), «Житель Харьковской области добился того, чтобы не платить за коммунальные услуги» (<https://gx.net.ua/> - Режим доступу: 12.05.2019), «В Харькове снизилась цена на продукт, который приходилось покупать поштучно» (<https://gx.net.ua/> - Режим доступу: 30.04.2019). На наш погляд, таку рубрику варто було б назвати, наприклад, «Ціни». Всеукраїнських новин із цієї теми випускові редактори не моніторять.

Політичні новини стосуються насамперед Харкова, тому поділ на дві колонки недоцільний. У цій підрубриці також більшість новин передруковані із відкритих джерел, соціальних мереж або сайтів відомств. Доволі часто можна зауважити публікації про те, які рішення щодо Харкова приймає Кабмін, наприклад: «Кадровые перестановки. Зеленский принял решение по

Харьковской области» (<https://gx.net.ua/> - Режим доступу: 12.09.2019), «Почему Светличную оставили главой Харьковской облгосадминистрации» (<https://gx.net.ua/> - Режим доступу: 9.09.2019) тощо. Також на порталі можна прочитати низку публікацій на резонансні політичні теми, наприклад: «Скандальное название: Кернес сделал заявление» (<https://gx.net.ua/> - Режим доступу: 30.08.2019), «Солистка группы KAZKA просит Зеленского отреагировать на ситуацию с иностранным гражданством Куницкого» (<https://gx.net.ua/> - Режим доступу: 4.07.2019), «Скандал в Харькове. Кернес сделал заявление» (<https://gx.net.ua/> - Режим доступу: 14.05.2019).

Рубрика «НП» є однією із найбільш наповнених на цьому сайті. Протягом дня випускові редактори та журналісти вміщують в її межах не менше 10 публікацій, починаючи із 6-ої ранку і завершуючи 23-ою годиною вечора. Оскільки до кожної публікації подається кількість переглядів, то можемо узагальнити, що така тематика часто користується попитом серед користувачів, наприклад розширена замітка «Ребенка изнасиловали посреди улицы в Харькове (фото)» (<https://gx.net.ua/> - Режим доступу: 11.09.2019) набрала майже 20 тисяч переглядів.

Спортивна рубрика майже не користується попитом у читачів ресурсу, разом із тим самі журналісти та редактори навіть не щодня поповнюють цю рубрику новими публікаціями. Наведімо кілька прикладів публікацій: «Харьковчанка добилась исторического результата (видео)» (<https://gx.net.ua/> - Режим доступу: 2.09.2019), «В Харькове проведут диковинный чемпионат» (<https://gx.net.ua/> - Режим доступу: 19.03.2019).

Як ми уже вказували, головне меню, крім новинних матеріалів, містить низку інших рубрик. Так, рубрика «Харькову 365» вміщує просвітницькі матеріали про історію міста, новини із розкопок, опрацювання певних архівних матеріалів. Журналісти та випускові редактори намагаються щодня підготувати нову публікацію, наприклад: «4 сентября в истории Харькова: во время раскопок нашли золото» (<https://gx.net.ua/> - Режим доступу: 4.09.2019), «25 июня в истории Харькова: в первый раз была образована Харьковская

область» (<https://gx.net.ua/> - Режим доступу: 25.06.2019), «29 марта в истории Харькова: приезд великого поэта» (<https://gx.net.ua/> - Режим доступу: 29.03.2019). Розглянемо детальніше останню із вказаних нами публікацій. У публікації на основі мемуарних записів було наголошено, що наприкінці квітня 1920 року до міста приїздив Сергій Єсенін, зокрема прицитовано окремі уривки: «Йдемо по Харкову. Єсенін в хутряній куртці, я в пальто важкого англійської драпу, а по Сумській молоді люди хизуються в одних піджачках» (<https://gx.net.ua/> - Режим доступу: 29.03.2019).

Загалом вважаємо рубрику «Харкову 365» потрібною для пізнання харківчанами історії свого міста, проте її варто назвати по-іншому, наприклад «Цей день в історії Харкова» або «Харків крізь призму історії», оскільки теперішня назва не дозволяє розкрити потенціал рубрики.

Окремо виокремлено новини про здоров'я, притому, що суспільні теми, економіка, спорт на сайті розглядаються які підрубрики «Всех новостей». На наш погляд, варто було продумати цілісну систему рубрикації. Більше того, лєвова частка матеріалів про здоров'я є передрукованими з інших ресурсів: «Двое детей из Харькова заразились опасной болезнью» (<https://gx.net.ua/> - Режим доступу: 16.08.2019), «В одном из районов Харьковщины циркулирует опасная болезнь» (<https://gx.net.ua/> - Режим доступу: 8.03.2019), «Жителям Харькова начнут «продавать» лекарства по новым правилам (фото)» (<https://gx.net.ua/> - Режим доступу: 27.02.2019). Авторською публікацією є, наприклад, «Жителям Харькова начали «продавать» лекарства по новым правилам» (<https://gx.net.ua/> - Режим доступу: 2.04.2019), де журналіст спробував розібратися із новими правилами. Так, Сергій Бражник узяв коментар у кількох містян: «Ви тільки уявіть, щоб взяти цей рецепт, необхідно було обігати кілька кабінетів, та ще біля кожного чергу вистояти. А взяти електронний рецепт - це буквально кілька хвилин », - впевнений харків'ян Олександр» (<https://gx.net.ua/> - Режим доступу: 2.04.2019). Але журналіст не поспілкувався із жодним фармацевтом чи представником медичної галузі у міській раді, відтак склалося враження однобокості подання ситуації.

Рубрики «Город X ТВ» та «Видео» варто об'єднатися, адже більшість публікацій дублюються у двох рубриках відразу. Більше того, читачам складно зорієнтуватися, де саме шукати потрібні матеріали.

Рубрику «Отдых», на наш погляд, більш доцільно ідентифікувати, як «Афиша», адже у цій рубриці вміщено назви фільмів, вистав та інших заходів із їх короткою характеристикою. Тим більше, що на сайті розроблені фільтри, аби користувач обрав що саме його цікавить: «Кино», «Выставки», «Клубы», «Театры», «Другое», «Музыка».

Привертає увагу і остання рубрика «Комікси», де журналісти на основі реальних подій чи звернень в редакцію читачів передають їхні ситуації з допомогою коміксів, висміюючи негативні риси суспільства, низку кваліфікацію чиновників тощо. Наразі таких публікацій оприлюднюється тільки кілька у місяць, проте вони є цікавим доповненням роботи колективу Інтернет-ЗМІ. Приклад комікса на релігійну тематику можна побачити у додатку Б.

Також варто вказати специфіку блогів, котрі подаються у колонці справа на домашній сторінці та не об'єднані у рубрику основного меню. На жаль, на цьому ресурсі не вказують, ким виступають автори блогів, що вважаємо недоліком. Розлогу публікацію «Зачем Зеленскому «План Штайнмайера» підготував Дмитро Михайлов. З допомогою пошуку у відкритих джерелах нам не вдалося встановити професію або інші дані автора. Блог «Каких парадов не хватает в Харькове» (<https://gx.net.ua/> - Режим доступу: 13.09.2019) підготувала Катерина Павловська, точної інформації про авторку також не вдалося знайти, крім того, що вона публікує свої матеріали як блогер або журналіст на різних регіональних ресурсах. Авторка неповаго володіє інформаційною ситуацією у місті і аналізує актуальні події, наприклад: «Заява мера "знаю, що проведенням ХарьковПрайда стурбовані і силовики - в прифронтовому місті можуть бути провокації під час параду" володіє приблизно такою ж силою переконливості» (<https://gx.net.ua/> - Режим доступу: 13.09.2019).

Кожну публікацію користувач має змогу поширити на своїх аккаунтах у соціальних мережах, щоправда кнопка переходу на Інстаграм поки відсутня, навіть є Вконтакте. Крім цього, на головній сторінці користувачам пропонують стежити за роботою ресурсу в Facebook та Twitter, щоправда наразі на аккаунти ЗМІ підписані тільки по кілька тисяч фоловерів.

Підсумовуючи сказане вище можемо зауважити, що кожен із ресурсів має низку переваг та недоліків. На наш погляд, журналісти редакції обох ЗМІ повинні більше уваги приділяти авторським матеріалам.

2.2.Архітектоніка сумських Інтернет-ЗМІ (на прикладі «Сумські дебати» і «Данкор online»)

Інтернет-медіа швидко розвиваються й захоплюють аудиторію, яка до того вже підготовлена. До того ж плідно розвиваються інтернет-медіа й у регіонах, що відображає інтерес аудиторії до місцевої тематики. Свідченням цих процесів є діяльність низки онлайн-медіа та, відповідно, медіа досліджень. Зокрема, М. Варданян [6] підготувала дослідження до медіаформат мережевих ЗМІ Криворіжжя, де підтвердила цю гіпотезу. Змістове наповнення інформаційних ресурсів формується залежно від професійних та особистих інтересів не тільки журналістів, а й користувачів, що можуть дописувати свої матеріали у рубрики «Блоги», надсилати фото- або відеоматеріали.

Серед мережевих медіа Сум можна виокремити суто мережеві ЗМІ, як-ось «Сумські дебати», «www.allnews.com.ua», «SumyLife.com», електронні версії або сайти газет: «Ваш шанс», «Громадянин України», сайти телеканалів або радіостанцій «Телерадіокомпанія "Глухів"» тощо.

Серед найактуальніших тем місцевих веб-сайтів – політичні, кримінальні, господарські, фінансові. Вони засвідчують, що місцеву аудиторію зачіпають найбільше питання безпеки, політичного вибору, комфорту та стану гаманця. Вибір аудиторією місцевих сайтів новин створює відчуття, що дещо важливе відбувається поряд, і це стосується безпосередньо кожного. Найбільше на сьогодні користуються попитом, за рейтингом ресурсу «Bigmir.net», такі мережеві медіа, як «Сумські дебати» і «Данкор online».

Крім низки позитивних рис, Інтернет-ЗМІ, особливо регіональні, часто не містять навіть найбільш необхідної інформації про медіа, його редактора, рік заснування тощо. Ресурс «Сумські дебати» належить саме до таких ЗМІ, відтак читачеві напрочуд складно встановити, як давно працює цей ЗМІ, хто його редактор або навіть знайти контактний номер телефону.

Варто звернути увагу, що назва та рубрики сайту подані українською мовою, проте серед публікацій трапляється чимала кількість російськомовних матеріалів.

Шапка видання «Сумські дебати» розроблена без застосування креативного підходу, проте їй вдалося виділитися на фоні інших ЗМІ своєю простотою (див. Додаток В.). Так, на білому фоні чорними літерами подана назва медіа «Сумські дебати», причому варто зауважити, що з рядкової, а не прописної літери. Відразу після назви вміщено адресу електронної пошти debaty.sumy@gmail.com. Зліва від назви кнопки для переходу у соціальні мережі (ФБ, та ВК, у Інстаграмі видання себе не позиціонує), справа – кнопка пошуку по сайту, виділена червоним кольором. В оформленні видання використані білі, червоні та чорні кольори.

Рубрикація сайту подана білими літерами на вузькій горизонтальній червоній смужці. Перерахуємо наявні рубрики: «Головна»; «Новини», «Україна і світ»; «Публікації»; «Афіша»; «Карикатури»; «Контакти»; «+Додати новину»; «Оголошення».

Щодо вигляду домашньої сторінки, то, на наш погляд, цей ресурс найбільш інформативно та вдало підійшов до наповнення одного із найважливіших елементів мережових ЗМІ. Так, на сайті користувач відразу може зауважити дві стрічки новин: «Новини Сумщини» та «Україна і світ»: перша із них вміщена зліва, інша – у правому краї сторінки.

У середній частині сторінки міститься публікація із «ТОП-теми», наприклад у середині вересня тут було розміщено матеріал «30 млн євро: Сумський студент став найдорожчим футболістом України» (<http://debaty.sumy.ua/> - Режим доступу: 14.09.2019), яка запозичена із ресурсу «Ліга.нет». Варто вказати, що більшість заголовків публікацій належать до інформаційних різновидів, а ліду як такого журналісти візуально не виокремлюють певним шрифтом або накресленням, але у тексті цей елемент яскраво виражений: «Захисник «Манчестер Сіті», студент СумДПУ ім. А. С. Макаренка Олександр Зінченко став найдорожчим українським футболістом.

Авторитетний портал Transfermarkt.de оцінив гравця у 30 мільйонів євро.» (<http://debaty.sumy.ua/> - Режим доступу: 14.09.2019).

Після ТОП-новини читачі можуть переглянути рубрику «Публікації» та узяти участь в опитування. До прикладу, у середні вересня було вміщено таке опитування: «У якій школі Сум найкраще вчитися?». Усього проголосувало понад 2 тисячі користувачів. Бачимо, що ця тема пов'язана із початком нового навчального року та користується попитом у відвідувачів сайту.

Розглянемо детальніше тематику основних рубрик видання «Сумські дебати». Як і на домашній сторінці, рубрика «Новини» містить публікації про події та тенденції розвитку Сум, а «Україна і світ» – всеукраїнські та резонансні іноземні новини. Більшість публікацій кожної із рубрик запозичені з інших ресурсів.

Тематично місцеві матеріали можна поділити на кілька секторів:

– пожежі, кримінальні події, НП: «На Сумщині жінка впала в багаття і отримала 80% опіків тіла» (<http://debaty.sumy.ua/> - Режим доступу: 26.09.2019), «Поліція оприлюднила прикмети дівчини, яка випала з 14-поверхівки» (<http://debaty.sumy.ua/> - Режим доступу: 4.09.2019), «Магазин серійно «обчистила» жінка з кримінальним стажем» (<http://debaty.sumy.ua/> - Режим доступу: 9.08.2019), «По знайденому в Сумах тубусу РПГ-22 відкрита кримінальна справа» (<http://debaty.sumy.ua/> - Режим доступу: 20.06.2019); «У Сумах сталася потрійна ДТПФОТО» (<http://debaty.sumy.ua/> - Режим доступу: 27.05.2019);

– суспільні новини: «У Сумах створюють карту благоустрою та мереж» (<http://debaty.sumy.ua/> - Режим доступу: 27.05.2019), ««Это просто ужас»: Комунальники шоковані кількістю «святкового» сміття на озері Чеха (відео)» (<http://debaty.sumy.ua/> - Режим доступу: 1.05.2019);

– економіка краю, ціни: «У Сумах провели тендер на будівництво дитсадка в 12 мікрорайоні» «ЖКГ: «За якими тарифами платять за електроенергію жителі Сумщини?»» (<http://debaty.sumy.ua/> - Режим доступу:

9.08.2019), «Сумчанин порівняв ціни на продукти у нас і у ПольщіФОТО» (<http://debaty.sumy.ua/> - Режим доступу: 28.04.2019);

– спорт та наука: «Сумський бомбардир у Екстра-лізі» (<http://debaty.sumy.ua/> - Режим доступу: 8.08.2019), «Молода вчена із Сум отримала грант від Зеленського» (<http://debaty.sumy.ua/> - Режим доступу: 8.08.2019);

– історія та релігія «Коні, стрільба з лука та посвята в козаки: як святкуватимуть річницю Конотопської битви в районі» (<http://debaty.sumy.ua/> - Режим доступу: 19.06.2019), «Молченський монастир запрошує на святкування чудотворної ікони» (<http://debaty.sumy.ua/> - Режим доступу: 29.04.2019);

– об'єднання сільських громад: «ОТГ Сумщини можуть отримати до 3-х млн грн на «культурні» проекти (відео)» (<http://debaty.sumy.ua/> - Режим доступу: 3.09.2019),

Низку публікацій журналісти готуються самостійно на основі інформації почутою на нарадах, брифінгах та прес-конференціях в органах виконавчої влади, правоохоронних органах тощо. Наприклад, замітка «Стало відомо, коли і де буде Епіфаній у Сумах» (<http://debaty.sumy.ua/> - Режим доступу: 16.09.2019) складається усього із двох абзаців, у першому із яких вміщена відповідь на питання, поставлене у заголовку: «У Сумах предстоятель ПЦУ Єпіфаній візьме участь в освяченні Свято-Миколаївського храму, яке відбудеться на вулиці Івана Кавалерідзе (район Косівщини) 21 вересня о 10.00» (<http://debaty.sumy.ua/> - Режим доступу: 16.09.2019), у другому – джерело інформування: «Про це під час апаратної наради повідомив начальник управління інформаційної діяльності та комунікацій з громадськістю облдержадміністрації Сергій Над'ярний» (<http://debaty.sumy.ua/> - Режим доступу: 16.09.2019). Недоліком вважаємо те, що публікація не підписана. Узагалі користувачеві складно ідентифікувати журналістів та редакторів видання, адже про їх не подано на ресурсі жодної інформації.

Варто звернути увагу, що у рубриці «Публікації» більшість новин також передруковані з інших джерел. Авторські матеріали – переважно замітки – невеликі за обсягом.

Рубрика «Афіша» не наповнена інформацією. Вважаємо за доцільне або стежити за наповнюваністю цієї рубрики основного меню або усунути її із сайту.

Остання публікація рубрики «Карикатура» станом на середину вересня 2019 року була завантажена у квітні 2018-го. Доцільності виокремлювати цю рубрику також немає.

Інтернет-ЗМІ підтримує зв'язок із читачами та дозволяє останнім надсилати власні публікації через спеціально розроблену форму, що з'являється на екрані після натискання рубрики «Додати новину». Проаналізуємо складові цієї форми: «Заголовок», «Excerpt», «Текст публікації», «Ваше ім'я» «Ваш Email». Бачимо, що навіть номер телефону, аби уточнити при необхідності певні деталі, редакція не вимагає. Що саме вказувати у вікні «Excerpt», на наш погляд, для більшості користувачів залишиться незрозумілим.

Крім цього, варто звернути увагу, що журналісти послуговуються матеріалами, що надсилають користувачі, причому не тільки публікують замітки чи інші жанри, а й використовують світлини. До прикладу, у публікації «Під Сумами хтось викинув багато мішків із редискою (фото)» (<http://debaty.sumy.ua/> - Режим доступу: 29.04.2019) сказано, що «фото до редакції «Сумських дебатів» надіслали очевидці».

Підсумовуючи сказане, зауважимо, що на ресурсі майже не доводиться зауважувати публікацій аналітичних жанрів, як стаття, коментар, огляд. Більшість матеріалів запозичені з інших ресурсів, журналісти готуються насамперед невеликі замітки.

Інший обраний нами для аналізу ЗМІ – «Данкор онлайн» – доступний за адресою <http://www.dancor.sumy.ua/>. Внизу домашньої сторінки вказано, що ресурс заснований 1998 року, відтак можемо стверджувати, що це один із перших мережевих ЗМІ на території Сумської області.

Аналогічно до ресурсу «Сумські дебати» на вказаному ЗМІ не містить жодної інформації про засновників, не вказано адреси редакції, номерів телефонів у редакцію чи до головного редактора. Вважаємо цю рису мережевих медіа чималим недоліком, адже читачі мають право знати базові моменти щодо функціонування медіа, з котрих щоденно черпають інформацію.

Шапка сайту розміщена вгорі домашньої сторінки; її дизайн також виконаний доволі просто (див. Додаток Г). На червоній прямокутній стрічці з малих літер написана назва сайту шрифтом білого кольору, нижче вміщена перший рівень рубрикації також білого кольору. Справа на шапці вміщено кнопку пошуку, але ресурс пропонує своїм читачам шукати потрібну інформацію на сайті, але з допомогою Google.

Дата і кнопки реєстрації на сайті вміщені над шапкою чорним та сірим кольором відповідно. Також варто звернути увагу, що на сайті є два рівні рубрикації: крім рубрикації у шапці вміщено перелік рубрик відразу після шапки сірим кольором шрифту. Уся інформація в межах ресурсу подається виключно російською мовою. Рубрики першого рівня налічують такі позиції: Статті; Новости; Фото; Блоги; Форум; Объявления; Афиша; Теги.

Наступний рівень рубрикації групує матеріали за тематичним принципом, так наявні такі позиції, як «Политика», «Экономика», «Общество», «Право», «Досуг», «Спорт» тощо.

Домашня сторінка умовно поділена на три вертикальні колонки. У першій із них вміщено останні публікації із рубрик «Политика», «Экономика», «Общество», «Право», «Досуг», «Спорт», а також невелике площа вгорі колонки закріплена за публікаціями під назвою «Главные события». Тут читачі можуть прочитати назву матеріалу, лід та побачити фотографію невеликих розмірів, наприклад Геннадій Дем'яненко: «В «LS GROUP» ніколи не ставили гроші на перше місце» Президент футбольного клубу «LS GROUP» Геннадій Дем'яненко був гостем авторської програми Григорія Рєви «Овертайм». Пропонуємо Вашій увазі першу частину відвертої...» (<http://www.dancor.sumy.ua/> - Режим доступу: 17.07.2019).

Друга колонка також поділена на кілька частин; у верхній – вміщують стрічку новин. Зважаючи на те, що на стрічку новин виділено небагато місця, а назви публікацій подають шрифтом доволі великого кегля як для цієї частини, то читач може переглянути тільки новини за останні кілька годин. На наш погляд, варто було стрічці новин надати більшу площу на домашній сторінці, аби реципієнти могли переглянути новини хоча б за поточний день.

Щодо кількості матеріалів у стрічці новин, то протягом години у робочий час випускові редактори публікують не менше 10 публікацій. Крім цього, читачеві дається можливість обрати новини суто із сфери бізнесу або публікації, що присвячені світовим подіям (на стрічці новин є спеціальні кнопки перемикання). Але зважаючи на мізерну кількість публікацій, що вміщені у цих підрубриках стрічки, то виокремлювати їх не варто.

Після стрічки новин у другій колонці вміщено цитату, але замість того, щоб розмістити пізнавальний вислів або цікаву фразу про Суми редактори вмістили рекламу передплати місцевої газети, оформивши інформацію з допомогою лапок: «Доставте радість своїм батькам - підпишіть їх на недорого, але інформативну газету "ДС-експрес", вони будуть дуже задоволені!».

Третьою складовою середньої колонки є стрічка із блогами. Читач може зауважити різну кількість блогів протягом дня: від 0 до 7, проте ідентифікувати саме блогами публікації, що тут вміщені, немає потреби. На блогах та їх особливостях зупинимося пізніше.

Третя колонка складається із кількох частин: розпочинається прогнозом погоди та рекомендацією редакції підписатися на їхній аккаунт у соціальній мережі Facebook (до слова, станом на серпень 2019 року 2,5 тис. містян підписалися на оновлення ЗМІ в соцмережі). Після цього небагато місця присвячено афіші, щоправда вона наповнена інформацією тільки на поточний день, кнопка «Скоро» неактивна. Укінці колонки містить фотогалерея, де подано перелік публікацій із фотографіями.

Внизу домашньої сторінки вміщено невелику кількість основних рубрика, аби додатково зацікавити користувача. Як ми уже наголошували, не вистачає

рубрики «Про нас», де б читач довідався про редакційну колегію видання, журналістів, зміг би побачити контактний номер телефону.

Розглянемо детальніше тематику основних рубрик видання «Данкор онлайн». Як і на домашній сторінці, рубрика «Новини» містить публікації про події та тенденції розвитку Сум, всеукраїнських чи світових новин обмаль. Більшість публікацій кожної із рубрик запозичені з інших ресурсів.

Тематично матеріали можна поділити на кілька секторів:

– політика: більшість публікацій стосуються регіонального рівня, зокрема: «Мер Глухова зніметься у кіно» (<http://www.dancor.sumy.ua/> - Режим доступу: 1.09.2019), «Зе! Десант провів зустріч на Сумському НВО» (<http://www.dancor.sumy.ua/> - Режим доступу: 17.07.2019), «Звернення Тетяни Рябухи, кандидата від партії "Слуга народу" до своїх виборців» (<http://www.dancor.sumy.ua/> - Режим доступу: 8.07.2019), «Молодий і самостійний. Що ми знаємо про кандидата Олексія Оскера?» (<http://www.dancor.sumy.ua/> - Режим доступу: 26.06. 2019). Час від часу можна зауважити публікації про політику в Верховній Раді чи в інших органах вдали всеукраїнського рівня, наприклад: ««Враг у ворот: что даст России вторая по величине фракция в Верховной Раде»» (<http://www.dancor.sumy.ua/> - Режим доступу: 1.08.2019), «Правительство Гройсмана готовит повышение зарплат педагогам» (<http://www.dancor.sumy.ua/> - Режим доступу: 10.07.2019).

– питання економіки краю, ЖКГ, вартості продуктів тощо: «Сумському НПО удалось избежать банкротства» (<http://www.dancor.sumy.ua/> - Режим доступу: 8.08.2019), «Ціна питання: як супермаркети переходять на європейські стандарти» (<http://www.dancor.sumy.ua/> - Режим доступу: 20.06.2019), «Роботодавець на Сумщині дещо по щедрішав» (<http://www.dancor.sumy.ua/> - Режим доступу: 10.04.2019), «Кто самый богатый в Сумской мэрии» (<http://www.dancor.sumy.ua/> - Режим доступу: 9.04.2019), «Готовимся к 1 сентября: цена вопроса» (<http://www.dancor.sumy.ua/> - Режим доступу: 26.08.2019) тощо;

– право. На наш погляд вказану рубрику виокремлювати не варто, адже протягом місяця у ній з'являється тільки кілька публікацій, тим більше, що деякі із них правозахисту як такого не стосуються, наприклад: «Спасенная полицейскими собака стала «поисковиком» (<http://www.dancor.sumy.ua/> - Режим доступу: 19.04.2019), «Безопасный Интернет: советы для сумских родителей от полиции» (<http://www.dancor.sumy.ua/> - Режим доступу: 5.03.2019).

– дозвілля. Аналогічно до рубрики «Право», кількість матеріалів тут доволі незначна, що ставить під сумнів необхідність виокремлювати окрему рубрику. У більшості публікаціях повідомляється про те, що незабаром до міста хтось приїде із концертом або відкривається певна цікава подія, наприклад: «Сьомий «Чехов фест» (<http://www.dancor.sumy.ua/> - Режим доступу: 6.03.2019), ««Вар'яти-шоу» запрошують сумчан відсвяткувати разом своє 9-річчя!» (<http://www.dancor.sumy.ua/> - Режим доступу: 28.05.2019), «Ювілейна «Стара Фортеця»» (<http://www.dancor.sumy.ua/> - Режим доступу: 1.07.2019).

– спорт – ще одна рубрика, що вкрай рідко поповнюється новими матеріалами. Так, протягом травня–червня цього року не зауважено жодної публікації на спортивну тему. В інші місяці випускові редактори завантажують по кілька матеріалів, наприклад: «ПФК «Сумы»: больше вопросов, чем ответов» (<http://www.dancor.sumy.ua/> - Режим доступу: 20.03.2019), «Наши – в восьмерке!» (<http://www.dancor.sumy.ua/> - Режим доступу: 3.02.2019), «Геннадій Дем'яненко: «В «LS GROUP» ніколи не ставили гроші на перше місце» (<http://www.dancor.sumy.ua/> - Режим доступу: 17.07.2019).

Отже, більшість питань, які висвітлюються в межах аналізованого нами ЗМІ, стосуються регіональної політики, ЖКГ, вартості товарів та послуг, анонсів, порад тощо.

На перший погляд, позитивним фактом є те, що в межах ресурсу часто публікуються блоги, проте більшість із цих матеріалів складно зарахувати до цього жанру. Часто сюди вміщують публікації із статистичною інформацією від урядових відомств та установ, зокрема: «Щоб погасити аліменти боржники сумщини виклали 123 мільйони гривень» (<http://www.dancor.sumy.ua/> - Режим

доступу: 27.09.2019), де Головне територіальне управління юстиції у Сумській області повідомило про стан сплати аліментів у місті та області.

Чимала кількість публікацій, як і на інших аналізованих нами ресурсах, належить до так званих «паркетних новин», тобто запозичена з інших доступних джерел, насамперед із сайтів органів виконавчої влади, відомств та організацій.

Журналістські публікації належать, як правило, до інформаційних жанрів. Часто можна зауважити звіти, написані відповідно до почутого працівниками медіа на нарадах, брінфігах, певних змаганнях чи публічних заходах. Привертає увагу публікація «В перерыве между выборами сумчанам повысили тарифы» (<http://www.dancor.sumy.ua/> - Режим доступу: 31.07.2019). Журналістка Діана Ольшанська у ліді публікації наголосила, на тому, що влада не стала відкладати підвищення тарифів на пізніший термін, а підняла їх на другий день після виборів: «Сумський виконком 23 липня підвищив тарифи на опалення, гарячу воду і вивіз сміття - на другий день після виборів, не відкладаючи на потім» (<http://www.dancor.sumy.ua/> - Режим доступу: 31.07.2019). Журналістка побувала на брифінгові щодо підняття тарифів на ЖКП, проте звіт має доволі нестандартну форму, адже чиновники не з'явилися на нараду, лише було озвучено, що зустрічі не буде: «Через півгодини журналістам оголосили, що брифінг скасовується, оскільки всі заступники мера викликані на нараду. Який саме питання стало для чиновників важливіше пояснень з приводу підвищення тарифів, в мерії не сказали» (<http://www.dancor.sumy.ua/> - Режим доступу: 31.07.2019). Крім цього, Ольшанська проаналізувала етапи підняття вартості ЖКП.

Невеликий звіт підготовлено Євгеном Кудлаєм про результати вручення премії «Спортивная личность Сумщины - 2018» «В Сумах вручили награды лучшим спортсменам и тренерам» (<http://www.dancor.sumy.ua/> - Режим доступу: 5.04.2019). Журналіст тільки наголосив про атмосферу церемонії і підкреслив важливість роботи спортсменів, надалі було подано перелік переможців по номінаціях: «У камерній обстановці призи вручали можновладці - мер Сум

Олександр Лисенко, його профільний заступник Віра Мотречко, перший заступник губернатора Вадим Акперов і інші офіційні особи - прийшли погрітися в променях слави сумських спортсменів, які іноді роблять для прославлення міста і області більше, ніж величезні відділи та управління мерії та облдержадміністрації» (<http://www.dancor.sumy.ua/> - Режим доступу: 5.04.2019). Бачимо, що автор доволі промовисто характеризує заслуги спортсменів, проте для чогось робить негативний акцент на роботі міської влади, яка, до слова, і вручала нагороди.

Варто вказати, що особливу роль у новинній Інтернет-журналістиці відіграє гіпертекстуальність. Цей критерій дає можливість для новітніх медіа викладати тільки нову інформацію, що робить матеріал компактним та позбавляє необхідності передруковувати вже оприлюднене; для аудиторії – нелінійне прочитання запропонованого редакцією контенту. За Б. Потятиником, покликання повинні вести до аудіо- чи відеоматеріалу на ту саму тему, супровідної графіки, раніше опублікованих матеріалів цієї самої рубрики чи на цю саму тему, довідкових джерел [44, с. 59]. На жаль, медіа «Данкор онлайн» майже не використовує гіпервідсилань ні до інших ресурсів, ні на споріднені теми публікацій.

А щодо інтерактивності Р. Крейг твердив, що цей критерій інтернет-журналістики «найкраще підходить для місцевих ЗМІ; для місцевих журналістів і редакторів завжди було вкрай важливим тримати руку на пульсі життя своєї громади» [27, с. 41]. Такої інтерактивності на новинних веб-сайтах Сум досягають завдяки зворотному зв'язку редакції з аудиторією – так насамперед варто згадати про те, що читачі можуть залишати коментарі під кожною публікацією. Читачі навіть можуть переглядати ті публікації, що найбільше користуються попитом за показником коментованості або переглядів. Недоліком медіа «Данкор онлайн» вважаємо те, що усюди перелік найбільш цікавих матеріалів складений виключно за кількістю переглядів чи за кількістю коментарів за увесь час функціонування ресурсу. На наш погляд, більш доцільно відбирати конкретний відлік часу (наприклад три місяці), аби

читачі могли переглянути найбільш коментовані матеріали нашого часу, а не 2013 року, як це подано на сайті.

Отже, сумські медіа загалом характеризуються закритістю інформації про ЗМІ, читач не може довідатися, хто головний редактор чи журналісти жодного із аналізованих нами медіа. Крім цього, зауважено чималу кількість так званих «паркетних новин» і обмаль авторської аналітичних публікацій.

2.3. Тематика та структура запорізьких медіа («INFORM.ZP.UA» та «Zanoza»)

Інтернет-медіа на сьогодні перебувають на пікові свого розвитку. Проте варто розуміти, що еволюціонування медіа та їх трансформація, звичайно, залежить від багатьох чинників як політичних так економічних і соціальних, проте до найбільшої видозміни засоби масової інформації підштовхує технічний прогрес. Медіа в Інтернеті змогли зайняти своє чільне місце тільки завдяки тому, що всесвітня павутина стала доступною для більшості українців.

Для аналізу інтерне-ЗМІ Запоріжжя ми обрали «INFORM.ZP.UA» та «Zanoza» як ресурси, які найбільше користуються попитом серед місцевих медіа. Розглянемо детальніше роботи редакцій цих ресурсів за перші три квартали 2019 року.

«INFORM.ZP.UA» належить до регіональних медіа вказаного міста та доступне за адресою <https://www.inform.zp.ua/>. Сайт містить рубрику «О нас», проте року заснування ресурсу не подано. Тут міститься інформація у доволі творчій формі про особливості та переваги роботи працівників цього ресурсу. Подано клікабельні аканти у соціальних мережах працівників ЗМІ, зокрема керівника проекту, редакторів та журналістів (загалом 5 осіб). Крім цього, вміщено кілька контактних телефонів, аби читачі могли звернутися в редакцію, аби повідомити певну новину або щоб розмістити рекламу. Також позитивним вважаємо наявність форми «Повідомити новину» у верхній частині сайту – у такий спосіб редакція може залучати читацький контент у рубрику «блоги» або інші.

Домашня сторінка ресурсу оформлена у чорно-червоних тонах, що привертає увагу читачів та створює ефект сучасності (див. Додаток Г.). Шапка видання оформлена без надмірної креативності, проте достатньо читабельна та яскрава. Назва ЗМІ «INFORM.ZP.UA» подана прописними літерами шрифтом чорного та червоно накреслення. Рубрикація подана внизу шапки і вміщує такі

позиції: «Главная»; «Криминал»; «Политика»; «События»; «Резонанс»; «Транспорт»; «Общество».

Із назв рубрик можемо зробити висновок, що редакція чималу увагу приділяє подіям, що викликають суспільний резонанс. Проте під час детальнішого вивчення було з'ясовано, що у кожній із цих рубрик матеріали цілковито дублюються із загальною стрічкою новин, тобто випусковий редактор, що завантажує публікацій, відразу позначає усі наявні рубрики, не намагаючись посортувати матеріали. Відтак, у рубриці, наприклад, про транспорт подані публікації на теми політики, економіки і так далі. Вважаємо, що такий підхід негативно впливає на репутація видання.

Вгорі шапки вміщена поточна дата, кнопки переходу у соціальні мережі, причому варто зауважити, що редакція використовує усі актуальні на сьогодні соцмережі, включаючи Вконтакте.

Домашня сторінка містить меншу кількість елементів, ніж, наприклад, сумські медіа. Сторінка поділена вертикально на дві частини. Зліва вміщено три відео галереї, де по чергово вміщують найбільш резонансні події. Відтак, читач може нічого не перемикати на сайті, проте перед його очима з'являтимуться нова інформація, що додатково може його зацікавити. Також варто додати, що одна із цих галерей подана більшою площею, а під нею – дві меншою площею.

Після цього у лівій колонці великим шрифтом вміщено кілька публікацій «Lifestyle», попри те, що основне меню не містить вказаної рубрики. Тут редколегія намагається зібрати найбільш актуальні матеріали про життя містян, часто подає підсумки тижня або анонси про те, що відбудеться певна актуальна подія.

Після цього у формі невеликої фотогалереї подано ще 8 публікацій, які насамперед за допомогою свого візуального втілення привертають увагу потенційного читача більше, ніж текстовий матеріал.

У правій частині домашньої сторінки розміщена стрічка новин, після неї опитування переважно на побутову тему (наприклад, чи відвідають читачі

видання певну суспільну подію, що думають на актуальну тему виборів, ЖКГ тощо), та відсилання на аккаунт ЗМІ у Фейсбук.

Підхід редакції до наповнення видання суттєво відрізняється від пересічного Інтернет-медіа, де лівову частку становлять «паркетні новини». Протягом дня на «INFORM.ZP.UA» вміщують тільки близько 20-ти публікацій, проте ці матеріали належать або до резонансних або є авторськими журналістськими текстами.

Публікації умовно можна поділити на кілька тематичних груп:

– політичні новини: «Замглавы Запорожской облгосадминистрации уходит с должности – СМИ» (<https://www.inform.zp.ua/> - Режим доступу: 22.09.2019), «Зеленский подписал приказ о назначении главы СБУ в Запорожской области» (<https://www.inform.zp.ua/> - Режим доступу: 12.09.2019), «Рябошапка подписал приказ об увольнении Валерия Романова» (<https://www.inform.zp.ua/> - Режим доступу: 9.09.2019).

– економіка, ціни, вартість ЖКП: «В Приморске открыли отремонтированную на европейские деньги районную больницу» (<https://www.inform.zp.ua/> - Режим доступу: 25.09.2019), «Запорожская фирма, фигурирующая в деле конвертационного центра, получила подряд» (<https://www.inform.zp.ua/> - Режим доступу: 9.06.2019)

– так звані кримінальні та надзвичайні новини, які здебільшого запозичені із сайту правоохоронних органів або із сайту надзвичайників, наприклад: «В Запорожье выявили незаконную продажу лекарственных препаратов» (<https://www.inform.zp.ua/> - Режим доступу: 30.09.2019), «В Запорожье девушка попала под колеса автомобиля» (<https://www.inform.zp.ua/> - Режим доступу: 30.09.2019), «Запорожец не выпускал из квартиры бабушку и угрожал самоубийством – видео» (<https://www.inform.zp.ua/> - Режим доступу: 23.09.2019), «Убийство замглавы ОТГ: появились новые детали» (<https://www.inform.zp.ua/> - Режим доступу: 19.09.2019), «В Шевченковском районе произошел смертельный пожар» (<https://www.inform.zp.ua/> - Режим доступу: 27.08.2019).

– культура і наука: «Запорожские археологи показали артефакты, найденные на Мамай-горе» (<https://www.inform.zp.ua/> - Режим доступа: 27.09.2019), «Запорожский профессор отправился в экспедицию на остров в Тихом океане» (<https://www.inform.zp.ua/> - Режим доступа: 27. 09 .2019);

– спорт: «Запорожец Артем Четвертак стал победителем международного турнира по гребле» (<https://www.inform.zp.ua/> - Режим доступа: 25.08. 2019);

Лева частка публікацій подана російською мовою. Крім цього, на сайті немає архіву як такого, а відтак читачеві складно переглянути події, котрі відбулися, наприклад, тиждень тому. Позитивним вважаємо наявність кнопки пошуку.

Типова публікація містить заголовок, як правило інформативний, підпис автора, лід. В основному тексті журналісти виокремлюють цитати з допомогою спеціальної позначки, що надає сторінці кращого візуального вигляду. Авторські матеріали, як правило, невеликі на обсягом та містять кілька фотографій. Наприклад, журналіст Ярослава Жуковська підготувала публікацію «Как запорожцы основали бизнес по производству водорослей» (7.09.2019). У ліді подано конкретизацію назви та вказано, що собою являють авторські водорості: «Найчастіше спіруліну продають у вигляді порошку або таблеток, але в такому вигляді вона не приносить для організму ніякої користі. У цьому впевнені засновники компанії «Фуд Фактори», яка продає корисну водорість під торговою маркою «Spirulinka» (<https://www.inform.zp.ua/> - Режим доступа: 7.09.2019).

Основний текст містить опис особливостей реалізації цих водоростей, обсяги замовлень, особливості такого бізнесу. Цитати власників подано у спеціальній формі, наприклад: «Спіруліна росте дуже швидко і регулярно генерує операційний потік. Уже через місяць можна збирати урожай. Ми вирощуємо спіруліну в біореакторах ... - розповідає засновник «Фуд Фактори» Алім Кунах» (<https://www.inform.zp.ua/> - Режим доступа: 7.09.2019).

Щотижня працівники редакції пишуть підсумкову публікацію, де говорять про найголовніші новини тижня. Наприклад, 27 вересня було

оприлюднено матеріал «Главное в Запорожье: открытие IT Forum и задержание экс-сотрудника МВД» (<https://www.inform.zp.ua/> - Режим доступа: 27.09.2019), де журналісти вказали на ті події, що на їх погляд, найбільше заслуговують на увагу. Детальніше прочитати про ці новини можна за гіпервідиданнями, котрі виділяють червоним кольором, наприклад: «У Запорізькій області контррозвідка Служби безпеки України (СБУ) затримала колишнього співробітника міністерства внутрішніх справ, який безпосередньо організував і проводив масштабні фінансові операції для потреб незаконних збройних формувань терористичної організації «ЛНР»» (<https://www.inform.zp.ua/> - Режим доступа: 27.09.2019). Загалом йшлося про 5 подій, до окремих із них журналісти вміщували фотографії.

Інтернет-ЗМІ «Zanoza» виділяється на фоні конкурентів насамперед влучною назвою. Якщо відкрити сайт видання за адресою <https://zanoza-news.com/>, то привертає увагу насамперед відсутність шапки як такої, тобто назва видання вгорі сторінки, як у всіх аналізованих нами медіа, не подана. Зліва вміщено тільки логотип видання, крім цього, на білому фоні чорними літерами вказаний перелік рубрик. Перерахуємо їх: «Новости» (поділяється на підрубрики: Выборы 2019, Пресс-Релиз, События, Культура, Запорожье, Хорошие Новости, Украина, Политика, Ато, Спорт, Криминал, Полезное); «Политика»; «Фоторепортажи»; «Опыт»; «Проблема»; «Город».

Бачимо, що редакційна колегія, крім переважно негативних або проблемних новин про політику, економіку тощо, вміщує також і позитивні новини, які можуть підняти настрій або допоможуть якісно провести час на дозвілля тощо.

Унікальною є рубрика «Опыт», де журналісти спілкуються із визначними або неординарними людьми краю, заробітчанами, цікавими підприємцями про їхні погляди на певну сферу, життя загалом. Наприклад, у інтерв'ю «Запорожская пара, живущая в Дании: о хюгге, сложном языке и северном нраве» (<https://zanoza-news.com/> - Режим доступа: 4.07.2019) йдеться про спосіб життя цієї пари, починаючи від дитинства, знайомства та переїзду до іншої

країни. Подружжя в напрочуд позитивному настрої відгукується про нову країну та загалом сімейне життя: «Ми живемо в Одесі. Це батьківщина казкаря Ганса Християна Андерсена. Старе місто з прекрасною і самобутньою архітектурою, маленькими різнокольоровими будиночками і затишними вуличками» (<https://zanoza-news.com/> - Режим доступу: 4.07.2019). Журналіст ставить переважно прості запитання, проте співрозмовники відповідають з ентузіазмом, що відчутно реципієнтам під час прочитання матеріали.

В оформленні сайту фігурує насичений помаранчевий колір, яким виокремлюють окремі елементи. Також помаранчевою є кнопка пошуку по сайту. Справа від кнопки пошуку вміщено відсилання на соціальні мережі – на відміну від попереднього ЗМІ, подано тільки кнопки переходу на Facebook та Instagram.

Домашня сторінка умовно поділена на дві частини (подібно до ресурсу INFORM.ZP.UA). Зліва у вигляді фотогалереї вміщені останні найбільш актуальні новини із рубрик «Город», «Люди», «Фоторепортажи», «»Фудкорд». Бачимо, що більшість із перелічених рубрик в основному меню немає. Вважаємо такий підхід до видання, коли тематика не дублюється у різних частинах домашньої сторінки, вдалим.

Крім цього, у лівій колонці вміщено кілька так званих «гарячих новин» і перелік інших новин за поточний день.

Справа на домашній сторінці подано власне стрічку новин. Варто звернути увагу, що випускові редактори не ставлять собі за мету перепостити з інших джерел максимальну кількість публікацій. Протягом дня ресурс поповнюється в середньому 15-ма новими матеріалами. Крім цього, у цій колонці вміщено афішу та новини за вчорашній день. Останній із названих елементів також доволі рідко трапляється в сучасних мережевих медіа.

Тематика публікації:

– політика: «Сабашук соврал в декларации об 1,5 млн.гривен» (<https://zanoza-news.com/> - Режим доступу: 24.09.2019), «"Кто еще будет работать за такую зарплату": запорожская нардеп о том, почему наняла мужа в

поморники» (<https://zanoza-news.com/> - Режим доступу: 20.09.2019), «Со скандалом уволенного главу запорожской прокуратуры №2 восстановили в должности» (30.08.2019)

– ЖКГ, ціни, економіка: «Жители Акимовки остались без централизованного отопления и перемен не предвидится» (<https://zanoza-news.com/> - Режим доступу: 24.09.2019); «Фуры "убивают" дороги Запорожской области – чиновники созвали совещание и порекомендовали так не делать» (<https://zanoza-news.com/> - Режим доступу: 28.08.2019), «На запорожские мосты нужны 12 миллиардов» (<https://zanoza-news.com/> - Режим доступу: 20.09.2019),

– культура та екологія: «В Мелитополе художники создают стену памяти в честь Кузьмы Скрябина» (<https://zanoza-news.com/> - Режим доступу: 16.09.2019), «Хотелось, чтобы от фото стало страшно: запорожанка сделала серию снимков на фоне дымящихся труб» (<https://zanoza-news.com/> - Режим доступу: 29.08.2019);

– назвичайні події: «Ночью на стоянке в Мелитополе сгорели три авто» (12.09.2019), «В селе под Запорожьем перевернулся микроавтобус – водителя доставали при помощи специнструментов» (<https://zanoza-news.com/> - Режим доступу: 2.09.2019),

– суспільні новини: «Полгода в реанимации: запорожанка, выжившая в серьезной аварии, перенесла 11 операций» (<https://zanoza-news.com/> - Режим доступу: 23.08.2019), «Возле запорожских школ планируют запретить продажу алкоголя» (<https://zanoza-news.com/> - Режим доступу: 6.09.2019),

– освіта: «Соляная комната и зона с сухим бассейном – как в громадах Запорожской области ремонтируют школы» (<https://zanoza-news.com/> - Режим доступу: 3.09.2019); «Не хватает учеников: в Запорожской области закрыли 6 школ» (<https://zanoza-news.com/> - Режим доступу: 27.06.2019).

Бачимо, що журналісти та випускові редактори майже не акцентують увагу на новинах про вбивства, крадіжки, запозичених із сайту міліції, проте часто цікавляться ДТП, постраждалими під час руху автобусів тощо. Також

позитивним є те, що чимало публікацій стосуються культури, екології, освітньої теми тощо.

Варто додати, що у стрічці новин вказують тільки заголовки матеріалів, без лідів або подвійних заголовків, що дозволяє на сторінці вмістити більшу кількість матеріалів. Проте архіву як такого на ресурсі не зауважено, що ускладнює пошук публікацій, що були оприлюднені, наприклад, тиждень або місяць тому.

Позитивним вважаємо те, що наявні такі жанри, як інтерв'ю, репортаж, стаття тощо. Попри те, що за день на сайті з'являється невелика кількість публікації, чимала частка із них унікальна та привертає увагу потенційного читача.

Проаналізуємо типові складові публікації. Більшість назв ресурсу «Zanoza» належать до інформаційних, тобто журналісти намагаються у заголовку сказати, про що саме буде йтися у публікації, наприклад: Жители Акимовки остались без централизованного отопления и перемен не предвидится» (<https://zanoza-news.com/> - Режим доступу: 24.09.2019), «Хотелось, чтобы от фото стало страшно: запорожанка сделала серию снимков на фоне дымящихся труб» (<https://zanoza-news.com/> - Режим доступу: 29.08.2019), «Полгода в реанимации: запорожанка, выжившая в серьезной аварии, перенесла 11 операций» (<https://zanoza-news.com/> - Режим доступу: 23.08.2019).

Лід публікації не виділяється півжирним накресленням і дуже часто його узагалі немає в публікаціях. Саме цим, на наш погляд, пояснюється необхідність необхідність інформативних заголовків. Наприклад, публікація «Где в Запорожье безопасно оставлять велосипед – обзор парковок» (<https://zanoza-news.com/> - Режим доступу: 6.05.2019) не містить ліду, натомість у першому реченні матеріалу подана ціль журналіста: «Велосезон в самому розпалі і ми вирішили дізнатися, де ж в Запоріжжі безпечно паркувати велосипед» (<https://zanoza-news.com/> - Режим доступу: 6.05.2019). Було узятو коментар у голови громадської організації, аби об'єктивно оцінити ситуацію:

«За советами обратились к координатору общественной организации "Свідоме місто" Алексею Добрякову, который активно выступает за создание велоинфраструктуры в городе» (<https://zanoza-news.com/> - Режим доступа: 6.05.2019). Наочності додають і низка фотографій, що вмістив журналіст до кожної із частин публікації.

Привертають увагу й фоторепортажі, де журналісти подають велику кількість фото, підкреслюючи емоції учасників певних заходів. Прикладом може бути публікація «Тисячи людей пришли послушать Jamala и LAUD: как стартовал фестиваль Zaporizhzhia Jazzy (Фоторепортаж)» (<https://zanoza-news.com/> - Режим доступа: 28.08.2019), де журналіст зобразив фестиваль у найменших деталях.

Підсумовуючи вищесказане, варто зауважити, що Інтернет-ЗМІ «Zanoza» містить велику кількість унікальних журналістських матеріалів, чимало із них про цікаві життєві теми, а не про проблеми, як часто можна зауважити на інших ресурсах.

Висновки до розділу

Харківські медіа вміщують велику кількість паркетних новин, намагаються перепостити з інших джерел максимальну кількість публікацій. В їх межах рідко можна зауважити журналістські публікації аналітичних жанрів. Оформлення домашньої сторінки обох ЗМІ є доволі продуманим, дотримана спеціальна кольорова гама медіа.

Сумські медіа загалом характеризуються закритістю, на жодному ресурсі не вдалося зауважити інформації про редакцію, контактні номери телефонів. На обох аналізованих ресурсах міститься велика кількість паркетних новин і майже не зауважено авторських аналітичних публікацій.

Запорізькі ЗМІ загалом відрізняються від інших аналізованих медіа. Особливо привертає увагу ресурс «Zanoza», де випускові редактори не намагаються охопити усі новини краю, натомість мають власну редакційну політику. На цьому ресурсі можна зауважити такі жанри, як інтерв'ю, репортаж, стаття тощо. Унікальною є рубрика «Опыт», де журналісти

розповідають про життєві погляди цікавих людей краю, заробітчан, підприємців тощо.

ВИСНОВКИ

Мережеві ЗМІ, за одним із визначень, поданих у роботі, – це електронні ресурси, над якими працюють професійні журналісти та інформація яких відповідає жанрам журналістики, медіаконтент оновлюється в середньому раз на тиждень, домінуюча частина матеріалів є авторськими текстами, а усі републікації відбуваються з посиланням на джерело.

Чинне законодавство не містить визначення поняття, яке відповідає ЗМІ в мережі Інтернет, а також спеціального нормативно-правового акта, який би визначав їх статус, порядок створення та засади діяльності.

Основні процеси, що лягли в основу модифікації колишньої системи ЗМІ: дигіталізація, конвергенція, глобалізація.

На сьогодні є різні підходи до класифікації мережевих ЗМІ. Найбільш доцільно, на наш погляд, класифікувати такі ЗМІ на власне мережеві (ті, як не мають аналогів) та конвергентні медіа (наприклад сайт газети чи телеканалу).

Змінилися і вимоги до людей журналістської професії. Трансформували і прагнення читача. М. Гвоздев пропонує таку градацію медіа-аудиторії за рівнем комунікативної активності, як гіперактивна частина, активна частина, пасивна частина медіа-аудиторії.

Термін «архітектоніка» має грецьке походження. Спочатку він означав мистецтво будови, досягнення пропорційності, гармонійної композиції окремих частин, що утворюють єдине ціле. У соціологічній літературі він трапляється при описі соціального простору.

Архітектоніка передбачає вивчення елементів системи в контексті єдиного цілого, дослідження взаємозв'язку і взаємовпливу окремих елементів. Паралельно із цим терміном функціонує і більш звичний для українського світосприйняття «побудова» / «структура» певного ресурсу.

Під структурою сайту, передусім варто розуміти його каркас, тобто основну ідейну базу, на якій він створюється. Для комфортного

перебування відвідувача на сайті і для полегшення пошуку матеріалів сайт повинен мати чітку і продуману структуру. Сучасні теоретики розрізняють кілька видів організації інформації на сайті, а саме логічну, ієрархічну, мережну (контекстно-залежну) та комбіновану

Публікації повинні мати заголовки, зазначення автора та, якщо необхідно, вміщувати фотографії чи інший ілюстративний матеріал з підписами. Дуже важливо правильно структурувати інформаційне повідомлення: спершу задовольнити першочергові запити споживача, і лише після цього подати йому детальну інформацію

Текст інтернет-новин своєрідно доповнює те, про що йдеться в ліді. Автори інтернет-новин намагаються подати матеріал привабливо й лаконічно.

На сьогодні засоби масової інформації у контексті способів репрезентації тексту переживають процес видозміни та урізноманітнення. Зараз доволі часто журналістський виступ доповнюється або узагалі замінюється нетекстовими елементами. Мультимедійна подача інформації проявляється в різних формах: від фотогалерей на сайті до аудіо-слайдшоу, лінійного відео, анімованої інфографі-ки, нелінійних інтерактивних історій, документальних проєктів в Інтернеті і фільмів.

Тематична структура та рубрикація повинні бути чіткими та прозорими. Мережні часописи послуговуються двома варіантами розміщення рубрик: горизонтально у верхньому колонтитулі сторінки чи вертикально в лівій колонці. Часто трапляється комбінація цих способів, коли для організації навігаційної панелі використовують і верхній рядок, і ліву колонку.

Харківські медіа становлять собою доволі потужний пласт регіональних ЗМІ. «Kharkiv Today» заснований 2006 року. В оформленні порталу переважають чорні та червоні кольори. Велику увагу ресурс приділяє блогам, котрі розміщені над назвою медіа. Рубрикація сайту та більшість новин подаються російською мовою. Домашня сторінка умовно розділена на три

колонки, при цьому стрічка новин розміщена посередині. За день ресурс поповнюється не менше, як півсотнею нових публікацій. Більшість публікацій, що є типовим для Інтернет-ЗМІ, належать до так званих «паркетних» новин, але позитивним є те, що проте серед журналістських публікацій можна зауважити матеріали аналітичних жанрів.

Інтернет-медіа «Город Х» у порівнянні новий мережевий ЗМІ, що засновано тільки 2015 року. Оформлене видання в досить скромній чорно-зеленій гамі. Домашня сторінка ресурсу, що є доволі нетиповим, поділена горизонтально. Крім цього, на наш погляд, перевагою ресурсу є наявність архіву новин по датах. Недоліком – матеріали низки рубрик не відповідають тематиці або у цих рубриках узагалі вкрай рідко з'являються нові матеріали. Авторські матеріали, на наш погляд, поступаються за професійністю журналістам видання «Kharkiv Today».

Сумські медіа «Сумські дебати» і «Данкор online» не містять жодної згадки про редакційну колегію, журналістів видання, точний рік заснування, навіть контактний номер телефону читачам буває складно знайти. Шапка обох ЗМІ виділяється своєю простою, проте з іншого боку у такий спосіб в еру перенасичення інформацією також можна привертати увагу. Журналістські публікації аналітичних жанрів на обох ресурсах зауважити складно, здебільшого публікуються паркетні новини, замітки, звіти. Крім цього, «Данкор online» доволі незручно користуватися через відсутність архіву, а також через те, що популярні публікації сортуються за кількістю коментарів або переглядів за весь час функціонування ресурсу, відтак проблеми, наприклад, 2007 року сьогодні узагалі мажуть бути неактуальними.

Привертає увагу структурування та наповнення Запорізьких медіа. Домашня сторінка ресурсу «INFORM.ZP.UA» оформлена у чорно-червоних тонах, що створює ефект стильності. Домашня сторінка містить меншу кількість елементів, ніж, наприклад, сумські медіа. Сторінка поділена вертикально тільки на дві частини, проте так користувачеві простіше знайти потрібний матеріал. На сайті за день з'являється близько 20-ти публікацій,

проте ці матеріали належать або до резонансних або є авторськими журналістськими текстами, у той час, як низка інших Інтернет-медіа левову частку публікацій запозичує із доступних джерел.

Інтернет-ЗМІ «Zanoza» належить до доволі нетиповим мережевих ресурсів. Особливо привертає увагу оригінальність наповнення ресурсу матеріалами: наявна, зокрема, рубрика «Опыт», де демонструється стиль життя та переконання підприємців, творчих людей, емігрантів тощо. Окремий акцент робиться на позитивних новинах, а не тільки на проблемах, як це часто можна зауважити у сучасних ЗМІ. Загалом на цьому сайті можна прочитати інтерв'ю, репортажі, статті тощо. Щодо шапки видання, то її як такої узагалі немає, що теж привертає увагу, зважаючи на нетивість такого підходу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Афанасьєва (Горська) К. О. Користувацький контент: зона відповідальності ЗМІ чи аудиторії. Держава та регіони. Серія: Гуманітарні науки. 2014. № 1–2 (36–37). С. 74–79.
2. Беляев А.А. Навигация как ключевой компонент визуальной организации веб- сайта. Вып. 2. 2009. URL: <http://mediascope.ru/node/367-0420900082\0024>
3. Білоус Ю. В. Соціальні інтернет медіа як інструмент формування та просування політичного іміджу. Гілея: науковий вісник. 2015. Вип. 97. С. 356 - 36
4. Більше половини жителів сіл в Україні вже користуються інтернетом. Watcher. 2017. URL: <http://watcher.com.ua/2017/04/13/bilshe-polovyny-zhyteliv-sil-v-ukrayini-vzhe-korystuyutsya-internetom/>
5. Блинова Н. М. Архітектонічні особливості офіційних Інтернет-видань. Держава та регіони. Серія : Гуманітарні науки. 2014. № 3. С. 85 - 90.
6. Варданян М. В. Медіаформат мережевих ЗМІ Криворіжжя. Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. 2016. № 2. С. 35-38.
7. Васіна О. В. Трансформація явища інтертекстуальності в Інтернет-новинах. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна №874. 2009. Вип. 1. С. 14–19. (Серія «Соціальні комунікації»).
8. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і гол. ред. В.Т. Бусел. К. ; Ірпінь : Перун, 2009. 1736 с.
9. Вернигора Н. М. Українські дослідники періодики та книговидання для дітей. Українське журналістикознавство. 2013. Вип. 14. С. 80-86.
10. Ворошилов В.В. Журналистика. Базовый курс. учебник. 5-е изд / В. В. Ворошилов. СПб.: Изд-во Михайлова, 2004. 704 с
11. Выровцева Е. В. Трансформация традиционных публицистических жанров в современных массмедиа. Вестник Челябинского государственного университета : Научный журнал. Филология. Искусствоведение. 2015. № 5 (360). Вып. 94. С. 207 - 213.

12. Газетно-журнальне видання : конспект лекцій / укладач Я. В. Яненко. Суми : Сумський державний університет, 2013. 88 с.
13. Голішевська А. Перевірка фактів як буденний журналістський ритуал. Медіакритика. 2016. 18 жовтня. URL: <http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analytyka/perevirka-faktiv-yak-budennyu-zhurnalistskyu-rytual.html>
14. Грицай Світлана. Архітектоніка сучасного медіапростору. Вісник Книжкової палати. 2012. № 5. С. 26 - 29
15. Гусак О. Ідентифікаційні ознаки Інтернет-ЗМІ. Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского Серия «Филология. Социальные коммуникации». Том 26 (65). № 3 С. 13–17.
16. Дем'яненко І. С. Дослідження змісту характеристик розважального журналу «Viva!» за допомогою кількісно-якісного формалізованого методу контент-аналізу. Наукові записки Інституту журналістики. 2013. Т. 50. С. 263-266.
17. Досенко А. К. Становлення інтернет-журналістики в Україні: специфіка, умови, розвитку. Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія : Філологія. Соціальні комунікації. 2017. Т. 28(67), № 1. С. 53 - 57.
18. Дьячкова Д. В., Куцевська О. С. Сучасні жанри інтернет-журналістики. Мас-медіа України на зламі епох: реалії та перспективи розвитку. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (20–21 березня 2018 року, м. Старобільськ). Старобільськ, ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка». 2018 С. 144-153.
19. Захарченко А. Інтернет-медіа : навч. посіб. до курсу «Підтримка сайту». URL : <https://dl.dropboxusercontent.com/u/17050832/Internet-media.pdf>.
20. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості. 3-тє вид. Львів : ПАІС, 2008. 358 с
21. Калмыков А. А. Интернет-журналистика / А. А. Калмыков, Л. А. Коханова. М. : Юнити-Дана, 2005. 383 с.

22. Карпиленко В. А. Структурування тематичних новин в Інтернеті на прикладі проведення Євро-2012 в Україні. Держава та регіони. Сер.: Соціальні комунікації.- 2013. № 1. С. 79-83
23. Кашуба Г. Українські Інтернет-видання: комунікативно-лінгвістичні та правові аспекти. Вісник Львів. ун-ту. Серія журналістики. 2004. Вип. 25. С. 474-480
24. Колісник О. М. Інтернет-газети як новітній спосіб комунікації із читачем. Держава та регіони : науково- виробничий журнал. Класичний приват. ун-тет. Запоріжжя, 2010. С. 36–43.
25. Колісник, О. М. Структура Інтернет-газет: квінтесентні особливості : Інтернет-газети Англії. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2011. № 1. С. 63-66.
26. Конюхова Л. Особливості структури новин інтернет-видань. Львівський національний університет імені Івана Франка. С. 130–131. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/24773/1/58-130-131.pdf>
27. Крейг Р. Інтернет-журналістика : робота журналіста і редактора у нових ЗМІ; перекл. з англ. А. Іщенка. К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2007. 324 с.
28. Крецу І. Н. Підручник з крос-медіа / І. Н. Крецу, М. Гузун, Л. Василик ; пер. А. Лехінтан, М. Уреке, І. Костяк та ін. Bonn : Shiller Publishing House, 2015. 140 с
29. Кулаковська Х. Візуальний контент інтернет-ЗМІ: термінологічні засади дослідження. Вісник Книжкової палати. К., 2009. № 6. С. 1–3.
30. Лосева Н. Конвергенция и жанры мультимедиа. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. М. : Аспект Пресс, 2010. 200 с.
31. Машкова С. Интернет-журналистика: учебное пособие. Тамбов : Изд-во тамб. гос. техн. ун-та, 2006. 80 с

32. Мащенко І. Г. Енциклопедія електронних мас-медіа: слов.-глюсарій термінів і виразів : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / І. Г. Мащенко ; Київ. міжнар. ун-т. К. : [б. в.], 2007. 417 с
33. Мелешенко О. К. Інтернет-технології в сучасній журналістиці: моделі та практика : навч. посіб. / О. К. Мелешенко. К. : КиМУ, 2005. 385 с.
34. Михайлин І. Л. Основи журналістики : підручник. 5-те вид. перероб. та доп. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 496 с.
35. Михайлин І. Л. Основи журналістики. Підручник. 5-те вид. перероб. та доп.– К.: Центр учбової літератури, 2011. 496 с.
36. Мудра І. Медіаконвергенція як засіб популяризації газети в Інтернеті. Теле- та радіожурналістика. 2014. Вип. 13. С. 270-274.
37. Назаренко К. Верифікація користувацького контенту редактором Інтернет-медіа. *Evropsky politicky a pravni diskurz*. 2018. Vol. 5, Iss. 4. С. 182-188.
38. Назаренко К. О. Алгоритми редагування користувацького контенту в інтернет-медіа / К. О. Назаренко // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. 2018. № 2. С. 75 - 80.
39. О нас. Хород Х : Інтернет-медіа. ЮРЛ: <https://gx.net.ua/o-nas.html>
40. Підмогильна Н. В., Юрченко П. І. Архітектонічні особливості персональних сайтів / Н. В. Підмогильна, П. І. Юрченко // Вісник Дніпр. у-ту. Серія «Соціальні комунікації», 2014. Вип. 14. С. 85–91.
41. Полумисна О. О. Електронна журналістика : навчально-методичний посібник для студентів за спеціальністю «Журналістика» / О. О. Полумисна. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2014. 66 с.
42. Пономарів О. Д. Стилїстика сучасної української мови : підручник / Олександр Пономарів. 3-тє вид., перероб. і доповн. Тернопіль : Навчальна книга Богдан, 2000. 248 с.
43. Потятиник Б. В. Інтернет-журналістика : навч. посіб. / Б. В. Потятиник. Львів : ПАІС, 2010. 246 с.

44. Потятиник, Б. В. Інтернет-журналістика : навч. посібник / Борис Потятиник ; Львівс. нац. ун-т ім. І. Франка, факультет журналістики. Львів : ПАІС, 2010. 246 с.
45. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. / Георгій Почепцов К. : Видавничий центр «Київський університет», 1999. 308 с.
46. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підручник/В. В. Різун. К.: Просвіта, 2008. 260 с.
47. Рябічев В. Л. Мультимедіа в Інтернет-журналістиці / В. Л. Рябічев, Є. О. Каранов // Наукові записки Інституту журналістики. 2010. Т. 40. С. 67–70.
48. Савончик В. Особливості структури журналістського сайту: на прикладі порталу gisu.org.ua // Вісник національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія Соціальні комунікації. Вип. 4. 2012. 73 - 78.
49. Самуляк О. В. Комунікативні особливості мережевих ЗМІ. Нац. ун-т «Львів. політехніка», Наук.-техн. б-ка. Львів : Вид-во Нац. ун-ту «Львів. політехніка», 2012. С. 110 - 112.
50. Самуляк О. В. Критерії самовизначення мережевих медіа ресурсів. Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки. 2011. Вип. 25. С. 67 - 69
51. Самуляк О. Переваги та недоліки мережевих ЗМІ. Наукові записки [Національного університету "Острозька академія"]. Сер. : Культурологія. 2010. Вип. 6. С. 153-156.
52. Свитич Л.Г. Соціологія журналістики : учеб. пособ.. М. : ИМПЭ им. А.С. Грибоедова, 2005. 119 с
53. Семен Н. Ф. Російські інтернет-ресурси як веб мас-медіа. Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. 2016. № 3. С. 177 - 182.
54. Ситник О. Сучасні тенденції проектування взаємодії користувачів із інтернет-медіа. Український інформаційний простір. 2019. # 1. С. 185-196.
55. Словарь медиатерминов : подгот. компанией "Медиа Ресурсы Менеджмент" / Медиа ресурсы менеджмент Х. : Фолио, 2009. 415 с. (Книжная серия МедиаБук).

56. Словник журналіста: терміни, мас медіа, постаті / за заг. ред. Ю. М. Бідзілі. Ужгород: ВАТ „Видавництво „Закарпаття», 2007. 224 с.
57. Сучасні технології електронних мультимедійних видань : монографія / під ред. О.І. Пушкаря. Харків: ВД «ІНЖЕК», 2011. 296 с.
58. Табінський Я. Фотографія у системі нових медій. Вісник Львівського університету. Серія журналістика. ЛНУ ім. Івана Франка, 2013. Випуск 37. С. 226-333.
59. Тарасюк В. Специфіка репортажу в українській інтернет-журналістиці (за матеріалами сайту «ЛітАкцент»). Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. Ужгород : Видавництво УжНУ «Говерла», 2011. Випуск 26. С. 245 - 251.
60. Тоффлер Э. Третья волна = The Third Wave, 1980. М. : АСТ, 2010. 784 с.
61. Фактчекінг. Азов.прес. 2016. 23 жовтня URL: <http://azov.press/ukr/faktcheking>
62. Фомичева И. Д. Социология Интернет-СМИ / Фомичева И. Д. М. : Ф-т журналистики Моск. гос. ун-та, 2005. 79 с.
63. Цимбаленко Є., Соколова К. Трансформація журналістських жанрів (на прикладі інтернет-медіа). Інформаційне суспільство. 2013. Вип. 13. С. 80-83.
64. Чабаненко М. В. Фейсбук і агенційна журналістика в інтернеті (на прикладі новин сайту УНІАН). Наукові записки Інституту журналістики. 2017. Т. 1. С. 93 - 97.
65. Чабаненко М. Усталені підходи до організації інформаційного простору Інтернет-ЗМІ. Вісник Львів. ун-ту. Серія журн. 2013. Вип. 38. С. 516–521.
66. Шевченко В. Е. Композиція та архітектоніка друкованого видання. Вісник Київського національного університету. 2000. №8. С. 70-75.
67. Шевченко С. Заголовок у сучасних Інтернет-виданнях. Український інформаційний простір : Науковий журнал. Число 2 / Київський нац. ун-т

культури і мистецтв, Ін-т журналістики і міжнародних відносин ; [Голов. ред. М. С. Тимошик]. Київ : [б. в.], 2014. С. 241-247.

68. Watchdog Journalism. Slideshare.net. 2011– URL:
<https://www.slideshare.net/jonesapollo/watchdog-journalism>

ДОДАТКИ

Додаток А.

Вигляд домашньої сторінки та рубрикація ресурсу «Kharkiv Today»

КНARKIV TODAY

Бачо Корчилава: Будет еще много формул по Донбасу

Николай Павлюк: Кидали на курортах: как избежать проблем

Борислав Береза: Есть правила и законы. Они неизменны для всех

Олександр Доній: Кремлю вигідний розкол української нації

ГЛАВНАЯ ПОЛИТИКА ЭКОНОМИКА КУЛЬТУРА СПОРТ МИР СТАТЬИ БЛОГИ

Поиск...

ГЛАВНОЕ

Сегодня 8:16

Несколько шагов по Свободе. В Харькове прошел первый Марш равенства

Радужные флаги, автозаки, летящие яйца, молитвы и слезоточивый газ. Репортаж KHARKIVToday.

НОВОСТИ

Чиновник Харьковского авиационного завода растратил более 5,5 миллиона гривен — СБУ 10:55

В Харькове умер новорожденный ребенок после ударов матери 10:42

Отчим изнасиловал 13-летнюю падчерицу в Кулябском районе 10:23

В центре Харькова кабриолет сбил четырех пешеходов 10:12

На Донбассе боевики 16 раз нарушили режим прекращения огня 9:58

В семи районах Харькова частично нет воды (адреса) 9:39

В парке Горького неизвестные стреляли в молодого человека (Видео) 9:22

Несколько шагов по Свободе. В Харькове прошел первый Марш равенства 8:16

ВИДЕО

Стародрук. Открытие художественного училища

БЛОГИ

3 дня Неделя Месяц

Олександр Доній

Путіну і Кремлю вигідний розкол української нації

Ті, хто роками запуслав

Сегодня 8:16

Несколько шагов по Свободе. В Харькове прошел первый Марш равенства

Радужные флаги, автозаки, летящие яйца, молитвы и слезоточивый газ. Репортаж KHARKIVToday.

Сегодня 10:12

В центре Харькова кабриолет сбил четырех пешеходов

Сегодня 9:22

В парке Горького неизвестные стреляли в молодого человека (Видео)

15 сентября 18:17

Лебедей отселили из сада Шевченко

15 сентября 17:32

Радикалы отлавливают и нападают на участников ХарьковПрайда

На Донбассе боевики 16 раз нарушили режим прекращения огня 9:58

В семи районах Харькова частично нет воды (адреса) 9:39

В парке Горького неизвестные стреляли в молодого человека (Видео) 9:22

Несколько шагов по Свободе. В Харькове прошел первый Марш равенства 8:16

Открытие художественного училища. Харьков в начале XX века 20:19

Лебедей отселили из сада Шевченко 15 сентября 18:17

Радикалы отлавливают и нападают на участников ХарьковПрайда 15 сентября 17:32

ХарьковПрайд забросали яйцами (Фото, Видео) 15 сентября 16:51

Харьковскую спортсменку отметили государственной наградой 15 сентября 16:07

Полиция просит помочь установить личность пострадавшего в ДТП на Клочковской пешехода 15 сентября 15:04

В Харькове в пожаре пострадал 43-летний мужчина 15 сентября 14:01

В Харькове проходит всеукраинский марш за права животных 15 сентября 13:18

Харьковчан приглашают на балетный

БЛОГИ

3 дня Неделя Месяц

Олександр Доній

Путіну і Кремлю вигідний розкол української нації

Ті, хто роками запуслав розкольницькі тези-діяли в інтересах російських спецслужб

Бачо Корчилава

Решение конфликта на Донбассе наступит, когда изменится геополитическая ситуация в мире

Можете не нервничать, формула Штайнмайера останется только на бумаге.

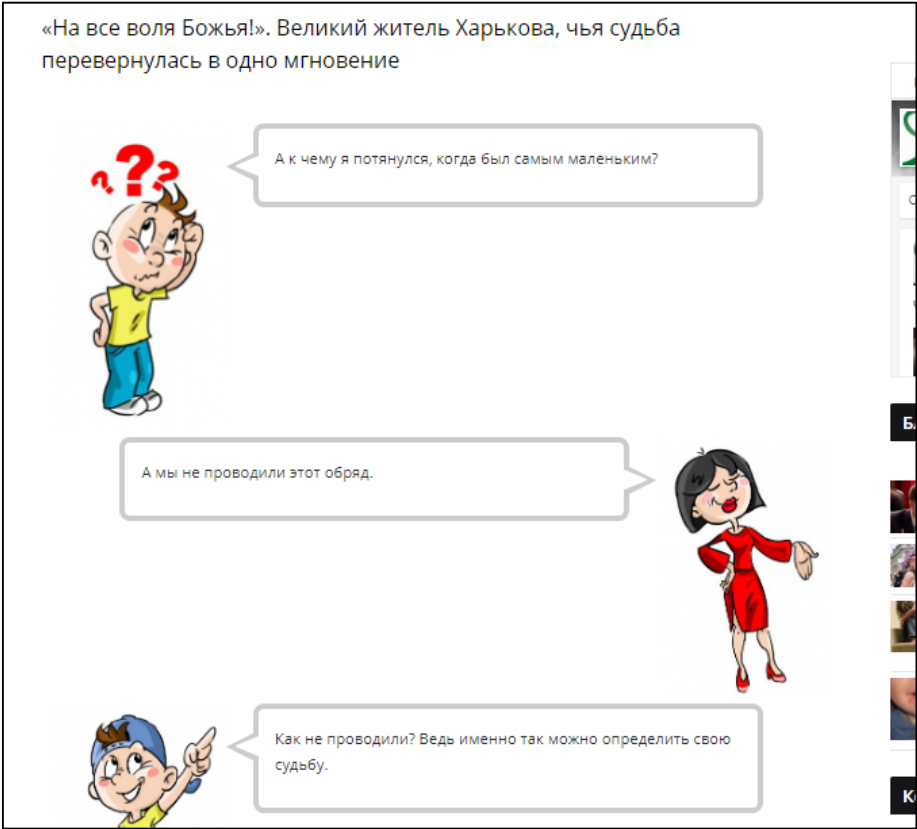
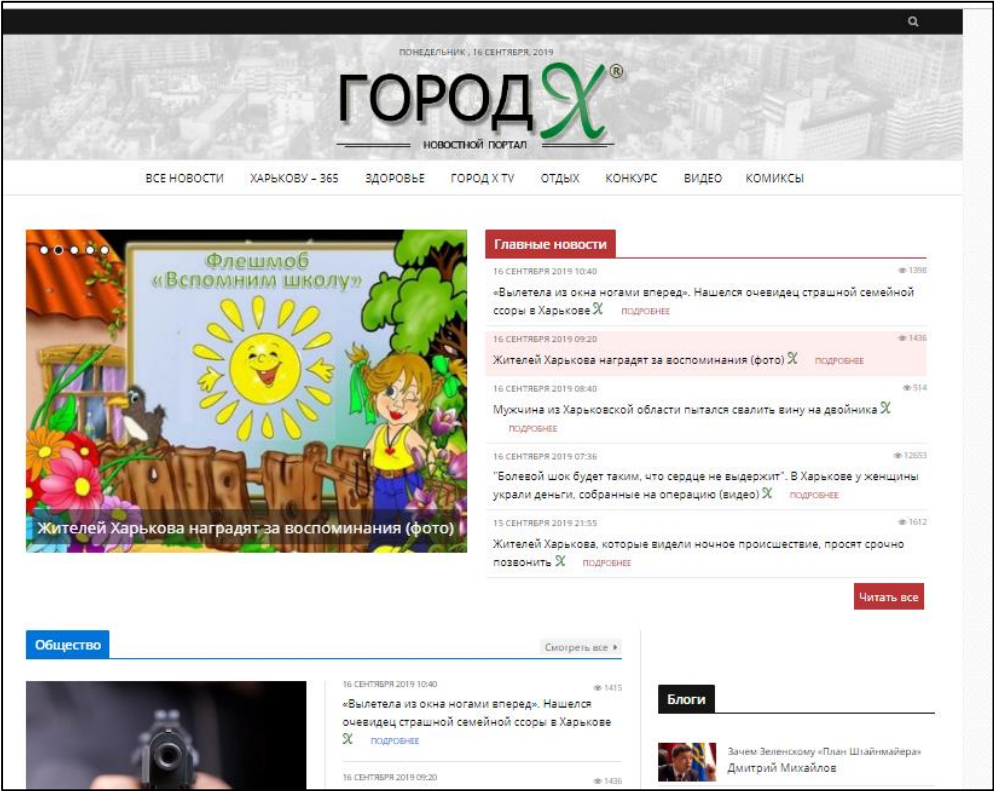
Сергей Фурса

Украина разрушает коалицию в свою поддержку. Это может стоить тысячи жизней

Цемах важный элемент войны.

Додаток Б.

Вигляд домашньої сторінки та приклад коміксів ресурсу «Город X»



Додаток В.

Вигляд домашньої сторінки та рубрикація ресурсу «Сумські дебати»

сумські дебати
debaty.sumy@gmail.com

Пошук

ГОЛОВНА НОВИНИ УКРАЇНА І СВІТ ПУБЛІКАЦІЇ АФІША КАРИКАТУРИ КОНТАКТИ ДОДАТИ НОВИНУ ОГОЛОШЕННЯ

НОВИНИ

- 15:11 «Великий бокс» на «Інтері»: Олександр Гвоздик готовий до титулу абсолютного чемпіона
- 14:57 Сумське боліниці к зиме не готові?
- 14:54 На Сумщині вірусні вже кілька років просять передати їм обіцяну святу
- 14:36 У Сумах встановлюють чергове транспортне табло (фото)
- 14:34 У Сумах комунальне приміщення здали в оренду нардепу за 4 копійки
- 14:32 На Сумщині завершився суд над батьками, через яких загинула 4-річна дівчинка
- 13:57 У Сумах рятували однорічного хлопчика, який зачинився в автівці (відео)
- 13:36 В училищі, де навчаються сумські шкуродерки, прокоментували подію
- 13:34 На Сумщині п'яний водій пролонгував полісменам 10 тисяч грн і 100 доларів
- 13:18 У Сумах жінки безкоштовно зможуть пройти обстеження у лікаря-маммолога
- 13:16 На Сумщині водій збив 16-річну дівчину та втік
- 12:56 «Сьогодні кішки, завтра люди?»: у Сумах влаштували акцію через дівчат-шкуродерок **ФОТО**
- 12:31 Завтра в центрі Сум пройде мовчазна хода
- 12:18 У Сумській СІЗО надіслали губки для миття посуду, в які примудилися запахати наркотики **ФОТО**
- 12:06 У лісі на Роменщині знайшли вибухівку
- 12:00 У центрі Сум безкоштовно перевірятимуть на ВІЛ
- 11:50 Футболіст із Сумщини бореться з раком

ТОП-ТЕМА



Став відомий кандидат на посаду губернатора Сумщини
13.54, 15 жовтня 2019

ПУБЛІКАЦІЇ

- 7 переваг настільних ігор
21:54, 14 жовтня 2019
- Светодиодное освещение от компании «ЛайтПром»
17:01, 10 жовтня 2019

УКРАЇНА І СВІТ

- 15:10 Портнов опроверг информацию о закрытии прокуратурой Панамы дела против Порошенко. Документ
- 15:05 Гладковский намагався вилетіти з України, його затримали
- 12:23 ЕСПЧ признал, что люстрация нарушает права госслужащих в Украине
- 12:09 Верховна Рада прийняла закон про викривачів корупції
- 12:04 «Осінь середньовіччя»: поляки вийшли під Сейм проти заборони сексуальної освіти
- 11:46 В метро Лондона розъяренние пассажиры забросали едой и стащили с вагонов экзотических. Видео
- 11:12 «Не будь дурнем»: Трамп написал лист президенту Туреччини
- 11:05 Каталонский Майдан перерос в бойню. Демонстранты строят баррикады, жгут авто и швыряют в полицию коктейли Молотова
- 10:57 Боксер из США, выступавший в андеркарде Боя Усик-Уизерлун, скончался не выходя из комы
- 10:56 В Житомире левовушка на скорости въехала в остановку и сбила человека **ВИДЕО**
- 10:56 35 паломников погибли в Саудовской Аравии в масштабном ДТП, еще четверо ранены
- 10:54 Под Одессой автомобиль врезался в стелу и взорвался: двое сгорели живыми **ФОТО** **ВИДЕО**
- 10:53 В ООН призвали Верховную Раду закрыть сайт «Миротворец»
- 10:47 Под Полтавой трое мужчин задохнулись при очистке выгребной ямы

сумські дебати
debaty.sumy@gmail.com

Пошук

ГОЛОВНА НОВИНИ УКРАЇНА І СВІТ ПУБЛІКАЦІЇ АФІША КАРИКАТУРИ КОНТАКТИ ДОДАТИ НОВИНУ ОГОЛОШЕННЯ

НОВИНИ

- 14:47 У Ромнах «зебри» ведуть з нізвідки в нікуди **ФОТО**
- 14:37 У Сумах шукають приміщення для дитячого будинку сімейного типу
- 14:30 На Сумщині готуються до осіннього призову
- 14:15 Стало відомо, коли і де буде Епіфаній у Сумах
- 14:07 З резерву — у стрій. Як тривають навчання резервістів на базі 58-ї ОМПБр
- 14:00 Сумський ТЮГ зірвав овації у Кропивницькому
- 13:35 На Сумщині через необережність господарів загорівся житловий будинок
- 13:25 У Сумах планують відремонтувати футбольний майданчик школи № 27
- 13:14 У Сумах покажуть виставку живопису та графіки Дмитра Браги
- 13:08 Ведучие ток-шоу «Роман с Ольгой»: «У нас разные взгляды на жизненные ситуации»
- 12:56 «Реакції від вас — нуль!»: Директор «Міськводоканалу» наїхав на поліцію
- 12:53 До Росії направили запит про видачу вдови вбитого у Сумах экс-депутата
- 12:43 На Сумщині згоріло 12 га
- 12:32 Сумський театр "Нянькіни" став переможцем театрального фестивалю у Львові
- 12:12 Сумы не готовы к отопительному сезону
- 11:58 На Сумщині автівка збила мопедиста
- 11:58 У Шостці загорілася іномарка

ОПИТУВАННЯ

У якій школі Сум найкраще вчитися?

- ✓ Сумська гімназія №1
173 голоса
- Сумська ЗОШ №5
165 голосів
- Сумська СШ №9
154 голоса
- Сумська класична гімназія
121 голос
- Сумський ЗЗСО №19
111 голосів
- Сумська СШ №2 ім. Д.Косаренка
98 голосів
- Сумська ЗОШ №27
Всього голосів: 1936

Переголосувати

ОГОЛОШЕННЯ

Додаток Г.

Вигляд домашньої сторінки ресурсу «Данкор онлайн»

Войти Регистрация

Ср, 16 октября 2019 16:39

данкор онлайн

powered by
Google

Поиск

Статьи Новости Фото Блоги Форум Объявления Афиша Теги

Политика Экономика Общество Право Досуг Спорт

Главные события

ЛЕОНОВ СЕРГІЙ В'ЯЧЕСЛАВОВИЧ
12.12.1976р.н., ур. м. Ромни Сумської обл., мешканець м. Суми.

Проректор Навчально-наукового інституту бізнес-технологій «Українська Академія банківської справи» Сумського державного університету (до 2015 – "Українська академія банківської справи Національного банку України" – УАБС НБУ), професор кафедри фінансів.

Освіта:
1999 – економічний факультет Сумського державного університету;
2003 – науковий ступінь «кандидата економічних наук» при Інституті економічних досліджень та стратегічних ініціатив (ІЕСІ) при Українській академії банківської справи Національного банку України.

Сегодня 13:33

Стал известен кандидат на должность губернатора Сумщины
Президент Украины Владимир Зеленский подал в Кабинет кандидатуру на губернатора в Сумской и области....

Политика

Сумська мерія має лише 69% рівня публічності
ОПОРА проаналізувала рівень публічності Сумської міської ради....
10.10.2019 15:49

Як протидіяти недобросовісним ЖЕКам? ☹
Чи можна не платити ЖЕКу, якщо послуги надаються неякісно або не надаються взагалі? Наскільки реально перемогти ЖЕК в суді? В...
01.10.2019 12:53

Мер Глухова зніметься у кіно
На 12-му пітчінгу кінопроектів, що претендують на фінансову підтримку від Державного агентства України з питань кіно, було презентовано 34 документальних...
10.10.2019 15:49

Новости

Лента **Бизнес** **Мир**

Стал известен кандидат на должность губернатора Сумщины
Сегодня 13:33

Сумчане вышли в полуфинал Пляжных игр
Сегодня 16:31

В Сумах решили перенести старт отопительного сезона на неделю
Сегодня 16:19

На Сумщине полиция разыскивает без вести пропавшего Александра Мельника (фото)
Сегодня 15:39

Митрополит Евлогий призвал мэра Сум покаяться
Сегодня 15:23

Увага! Пожежна небезпека на Сумщині
Сегодня 15:16

В Сумском центре участников боевых действий завтра будут работать юристы
Сегодня 15:13

В Сумах пьяный водитель травмировал патрульного (видео)
Сегодня 15:07

Сумчане будут платить огромные штрафы за

Погода Валюта Оракул

Погода 16.10.19, днем **sjnptik**

Погода в Сумах: влажность: 51% давление: 750 мм ветер: 5 м/с, ☼

+21°

на сегодня завтра 10 дней в других городах

Данкор онлайн
2,5 тыс. нравится

Нравится Страница

Станьте первым из друзей, кому это понравилось.

Афиша

Сегодня Скоро Говорят

«Джокер» Тодд Филлипс (США, 2019)
Кино Космос
14:40 — 50рн. 18:55 — 55рн.

«6ти» Джимл Калтон, Тодд Вилдерман (США, Китай, 2019)
Кино Космос
10:45 — 45рн. 12:40 — 60рн. 17:00 — 55рн.

«Щиголь» Джон Краули (США, 2019)
Кино Планета Кино CINETECH+, 2D 11:00 21:00

Лента

Стал известен кандидат на должность губернатора Сумщины
Президент Украины Владимир Зеленский подал в Кабинет кандидатуру на губернатора в Сумской и области....
Сегодня 13:33

Сумчане вышли в полуфинал Пляжных игр
Сегодня, 16 октября, в Дохе (Катар) проходят четвертьфинальные матчи турнира по баскетболу 3x3 в рамках Всемирных пляжных игр...
Сегодня 16:31

В Сумах решили перенести старт отопительного сезона на неделю
Сегодня, 16 октября, на следующий день после старта отопительного сезона в жилом фонде Сум, в мэрии собралась комиссия по вопросам...
Сегодня 16:19

На Сумщине полиция разыскивает без вести пропавшего Александра Мельника (фото)
Последний раз мужчину видели 4 октября в Ямполе. Он оставил на станции технического обслуживания свой автомобиль и за ним не...
Сегодня 15:39

Митрополит Евлогий призвал мэра Сум покаяться
На сайте Сумской епархии УПЦ (МП) опубликовано письмо митрополита Сумского и Ахтырского Евлогия Сумскому городскому голове Лысенко А.Н по поводу...
Сегодня 15:23

Увага! Пожежна небезпека на Сумщині
17 та 18 жовтня на переважній території Сумської області очікується висока пожежна небезпека (4 клас)....
Сегодня 15:16

В Сумском центре участников боевых действий завтра будут работать юристы
В четверг, 17 октября, на базе КУ «Центр участников боевых действий города» будут предоставлять юридические консультации представители Центра бесплатной правовой...
Сегодня 15:13

В Сумах пьяный водитель травмировал патрульного (видео)
В Сумах задержали нетрезвого водителя, который травмировал патрульного при попытке обогнать...
Сегодня 15:07

Сумчане будут платить огромные

Бизнес

Как правильно пользоваться медицинским оборудованием
07.10.2019 12:51

Как заработать на перепродаже промышленных товаров?
29.09.2019 20:03

Для чего бизнесу виртуальная АТС?
24.09.2019 18:50

Элеватор для зерна - его узлы и оборудование
18.09.2019 12:37

Что такое CRM и в чем его выгода?
18.09.2019 13:09

Преимущества компрессорной продукции компании Remza
16.09.2019 19:38

Упаковочная бумага: виды, характеристики, производство и применение
14.09.2019 18:28

Чи потребує бізнес спеціально організованих тренінгів? ☹
09.09.2019 13:34

Аренда башенных кранов в Киеве
28.08.2019 13:43

Преимущества окон Rehau в Одессе
27.08.2019 18:41

Радиоизмерительные приборы в современном использовании
28.08.2019 14:23

Выбор светодиодной ленты для дома по ключевым характеристикам
23.08.2019 14:35

Погода Валюта Оракул

Погода 16.10.19, днем **sjnptik**

Погода в Сумах: влажность: 51% давление: 750 мм ветер: 5 м/с, ☼

+21°

на сегодня завтра 10 дней в других городах

Данкор онлайн
2,5 тыс. нравится

Нравится Страница

Станьте первым из друзей, кому это понравилось.

Афиша

Сегодня Скоро Говорят

«Джокер» Тодд Филлипс (США, 2019)
Кино Космос
14:40 — 50рн. 18:55 — 55рн.

«6ти» Джимл Калтон, Тодд Вилдерман (США, Китай, 2019)
Кино Космос
10:45 — 45рн. 12:40 — 50рн. 17:00 — 55рн.

«Щиголь» Джон Краули (США, 2019)
Кино Планета Кино CINETECH+, 2D 11:00 21:00

ФОТО

Над Соборной вешают сотни зонтиков
23.08.2019 14:35

Додаток Д.

Вигляд домашньої сторінки та публікації ресурсу «INFORM.ZP.UA»

16 Октября 2019, Среда 18:36 +21°C Запорожье **СООБЩИТЬ НОВОСТЬ** f y vk o a

INFORM. ZP.UA

ГЛАВНАЯ КРИМИНАЛ ПОЛИТИКА СОБЫТИЯ РЕЗОНАНС ТРАНСПОРТ ОБЩЕСТВО Поиск...

ИНТЕРВЬЮ ZP.UA 16 ОКТ 2019
НИЖ НОВИНИ
INFORM.ZP.UA
Василь Бушаров: про можливість участі у виборах

ПОСЛЕДНИЕ НОВОСТИ

РЕЗОНАНС
18:11, СЕГОДНЯ
В Запорожье выпустили под домашний арест мужчину, который облил сожительницу кипятком

Избиение 13-летней школьницы в Запорожье: нападающей грозит лишение свободы
16:10, Сегодня

Сериал "Абсолютно брехлива история", снятый на Хортице, покажут через год
15:40, Сегодня

"Запорожэлектротранс" заявил о нововведениях на маршруте №18
15:30, Сегодня


Василь Бушаров: про возможность участі у виборах

КРИМИНАЛ 16 ОКТ 2019

ОБЩЕСТВО 16 ОКТ 2019

Как запорожцы основали бизнес по производству водорослей
7 сентября 2019
Журналист: Ярослава Жуковская

УСПЕХ



Зачастую спирулину продают в виде порошка или таблеток, но в таком виде она не приносит для организма никакой пользы. В этом уверены основатели компании «Фуд Фактори», которая продаёт полезную водоросль под торговой маркой «Spirulinka».

Спирулина продаётся замороженной, что позволяет сохранить все полезные свойства. Основатель «Фуд Фактори» Алим Кунах раньше занимался переработкой зерновых и масличных культур. Основал компанию вместе с Вадимом Киричко и Владимиром Ищуком в 2016-м году, пишет **ШоТам**.

По словам Кунаха, они полтора года с помощью ученых и специалистов изучали спирулину, её свойства:

Мы прекрасно понимали, что этот продукт популярен за рубежом и надеялись, что и украинцы захотят попробовать. На исследования и создание производства мы потратили около 100 тысяч долларов. А изготавливаем ее вблизи Запорожья.

РЕЗОНАНС
18:11, СЕГОДНЯ
В Запорожье выпустили под домашний арест мужчину, который облил сожительницу кипятком

Избиение 13-летней школьницы в Запорожье: нападающей грозит лишение свободы
16:10, Сегодня

Сериал "Абсолютно брехлива история", снятый на Хортице, покажут через год
15:40, Сегодня

"Запорожэлектротранс" заявил о нововведениях на маршруте №18
15:30, Сегодня

Василь Бушаров: про возможность участі у виборах
15:00, Сегодня

"Запорожгаз" открыл современные центры обслуживания
14:30, Сегодня

Ранне втручання в Запорожжі: на що звернути увагу батькам дітей від 0 до 4 років
14:00, Сегодня

Українці отличились необыкновенным творением на самом необычном фестивале мирового...
13:50, Сегодня

В Запорожье объявили план "Перехват": полиция ищет опасную группировку
12:30, Сегодня

Запорожский мэр вышел на работу после длительного больничного
11:40, Сегодня

На въезде в Орехов произошло ДТП: один погибший, двое пострадавших, - фото
10:49, Сегодня

В Запорожье выставили на

Додаток Е.

Вигляд домашньої сторінки ресурсу «Zanoza»

Логотип Zanoza: **НОВОСТИ** | **ПОЛИТИКА** | **ОПЫТ** | **ФОТОРЕПОРТАЖИ** | **ПРОБЛЕМА** | **ГОРОД** | **ПОДДЕРЖАТЬ** | **ИСКАТЬ** | **Facebook** | **Instagram**

ГЛАВНОЕ

"Если умер, начни сначала": о чем говорят улицы Запорожья (Фото)

Город

НОВОСТИ СЕГОДНЯ 16 ОКТЯБРЯ

- 18:56 В Энергодаре объявили награду за информацию о стрельбе по машинам
- 18:30 Новый запорожский аэропорт хотят прибрать к рукам "запорожсталевацы" – источник
- 18:05 На запорожском курорте горел отель
- 16:31 Школьнице, избившей сверстницу, светит срок: ей уже огласили подозрение
- 15:52 На машине, которую угнали с полицейского участка, летом украли 50\$ тыс долларов – подробности
- 15:16 **Запорожским бизнесменам расскажут о нововведениях в системе ProZorro**
- 14:54 Осторожно на дорогах: в Запорожской области прогнозируют сильный туман
- 14:48 **Жители Заводского района Запорожья остались без воды из-за аварии**

Логотип Zanoza: **НОВОСТИ** | **ПОЛИТИКА** | **ОПЫТ** | **ФОТОРЕПОРТАЖИ** | **ПРОБЛЕМА** | **ГОРОД** | **ПОДДЕРЖАТЬ** | **ИСКАТЬ** | **Facebook** | **Instagram**

ФОТОРЕПОРТАЖИ

Теснота: в Запорожье Покровскую ярмарку провели в новом

3 сцены, более 30 артистов и тысячи зрителей: как в

Смотрите, кто пришел: самые яркие гости запорожского фестиваля Khortytsia Freedom (Фоторепортаж)

В Запорожье девушки устроили велопробег в платьях и на каблуках (Фоторепортаж)

НОВОСТИ СЕГОДНЯ 16 ОКТЯБРЯ

- 18:56 В Энергодаре объявили награду за информацию о стрельбе по машинам
- 18:30 Новый запорожский аэропорт хотят прибрать к рукам "запорожсталевацы" – источник
- 18:05 На запорожском курорте горел отель
- 16:31 Школьнице, избившей сверстницу, светит срок: ей уже огласили подозрение
- 15:52 На машине, которую угнали с полицейского участка, летом украли 50\$ тыс долларов – подробности
- 15:16 **Запорожским бизнесменам расскажут о нововведениях в системе ProZorro**
- 14:54 Осторожно на дорогах: в Запорожской области прогнозируют сильный туман
- 14:48 **Жители Заводского района Запорожья остались без воды из-за аварии**

АНОТАЦІЯ

Прохнєвська А.А. Тематичний діапазон та структура мережевих медіа лівобережної України: дипломна робота. – Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського, 2019.

У роботі досліджено особливості змістового наповнення інтернет-видань лівобережної України; виявлено комунікативні особливості мережевих ЗМІ; оцінено потенціал та особливості сучасних онлайн-медіа. Під час дослідження виконано порівняльний аналіз тематики та структури мережевих видань Харкова, Сум та Запоріжжя. З'ясовано специфіку функціонування сучасної інтернет-медіа.

Ключові слова: тематика, структура, інтернет-видання, аналіз, специфіка, мережеві ЗМІ, порівняння, архітектоніка.

ABSTRACT

Prokhnievskia A. A. Thematic range and structure of network media of the Left Bank Ukraine: thesis. - Vinnytsia State Pedagogical University named after Mikhail Kotsiubynsky, 2019.

The peculiarities of the meaning content of online editions of the Left Bank Ukraine are investigated in the work; revealed communication features of network are revealed, the potential and features of today's online media are assessed. During the research a comparative analysis of the topics and structure of the online editions of Kharkiv, Sumy and Zaporizhzhia was made. The specifics of the functioning of modern Internet media have been clarified.

Key words: subject area, structure, online edition, analysis, specifics, network media, comparison, architectonics.