7. Чекмишев О.В. Основи професіональної комунікації. Теорія і практика новинної журналістики : підручник-практикум. К.: ВПЦ «Київський університет», 2004. 129 с.
8. Шендеровський К.С. Передумови інституалізації соціально значимих медіа. *Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского*. Сер. : Филология. Социальные коммуникации. 2011. Т. 24 (63). № 4. Ч. 1. С. 121–134.

Слота Х.

Науковий керівник – доц. *Кушнір О. В.*

ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯ «ТЕРЕН»: ФАКТОРИ ПОЗИЦІОНУВАННЯ В ОНЛАЙН-ПРОСТОРІ

Актуальність дослідження полягає в обґрунтуванні впливу структурно-композиційного моделювання інтернет-видання на його популярність серед користувачів. Визначальним при цьому виступає не контент медіа, а його побудова, гармонійне поєднання структурних елементів – текстової, візуальної, аудіальної, аудіовізуальної, графічної, а також підбір кольорової гами, шрифтів, шаблонів, гіперпосилань, інтерактивних можливостей тощо. Від цього залежать зручність користування ресурсом та внутрішні переходи між публікаціями.

Метою статті є окреслення специфіки структурно-композиційного моделювання регіонального інтернет-видання «Терен» [2] відповідно до виділених науковцями теоретико-методологічних стандартів створення та функціонування онлайн-медіа.

Методологічну основу дослідження складають праці науковців, які предметом аналізу обрали інтернет-простір. Зокрема, особливості якісних онлайн-видань та їх відмінність від інтернет-порталів й інтернет-сторінок детально розкрито у працях З. Аласанія, Л. Городенко, О. Довженко, В. Чабаненко. Структурно-композиційне моделювання web-сторінок, правильне розміщення усіх компонентів та захист від злому вивчали Н. Балик, Т. Коркішко, А. Мельник і В. Мельник, О. Матвієнко та І. Бородкіна, С. Остапов, С Євсеєв і О. Король, О. Пасічник і В. Пасічник, Е. Гешвінде і Г. Шенінг, С. Глушаков і Г. Кнабе, А. Дуванов , Т. Пауелл, А. Щеглов та ін. Специфіку просування інтернет-видань та створення якісного контенту окреслили О. Амьотов, Т. Бабакова, Д. Зарівна, Г. Кавасакі, Ю. МакҐаффі, Ю. Марченко, С. Рачинський, М. Саваневський, Г. Тимченко, Д. Тужанський та ін.

Сьогодні на теренах Тернополя й Тернопільської області функціонує понад 240 інтернет-ресурсів, які позиціонують себе новинними, аналітичними, новинно-аналітичними чи новинно-розважальними виданнями. Проте лише чотири з них є повноцінними офіційно зареєстрованими інтернет-виданнями: «Терен», «20 хвилин», «0352» і «7 днів».

Відтак, важливою й актуальною є проблема виділення з-поміж численних сайтів власне інтернет-ЗМІ як якісного джерела оперативної та соціально-важливої інформації. Для цього необхідно з'ясувати різницю між інтернет-виданням та інтернет-сайтом.

Інтернет-ЗМІ (інтернет-видання, інтернет-газета) – інформаційний сайт, який регулярно оновлюється і виконує функцію засобу масової інформації (ЗМІ), користується певною популярністю і авторитетом (має свою постійну аудиторію) [1].

Такий термін найбільш розповсюджений, проте, по-перше, він охоплює блоги, інтернет-магазини, сайти деяких компаній і корпорацій (наприклад, Microsoft, Google). Хаотичність тлумачення поняття інтернет-ЗМІ нівелює розуміння феномену інтернет-видання в сенсі дотримання професійних стандартів, правил подачі матеріалів. До того ж, такі сайти не несуть ніякої відповідальності за опубліковані матеріали – етичної, моральної, юридичної. Тому їх часто створюють з метою створення неправдивої, фейкової інформації та її розповсюдження серед масової аудиторії (найчастіше під час виборчих кампаній).

По-друге, на сьогодні немає остаточно сформованої законодавчої бази, яка б регулювала діяльність ЗМІ в мережі Інтернет. Наразі інтернет-видання в Україні офіційно зареєструвати не можливо. Це робиться лише у форматі друкованого ЗМІ, агенції новин або на базі компанії / політичної партії / організації. В усіх випадках юридично прописані зовсім інші вимоги, умови, особливості роботи та зобов'язання, аніж насправді мають засоби масової інформації, що працюють на платформі Інтернет.

По-третє, досі не розроблено чіткої класифікації мережевих ЗМІ. Особливо гостро це увиразнилося за останні кілька років у зв'язку зі стрімким розвитком Інтернету й особливостями подачі інформації з різними формами її компонування. До новітніх видів web-ресурсів подачі інформації належать: лонгрід, блог, web-канал (Youtube) тощо. Особливе місце у журналістиці займають соціальні мережі, у яких зареєстровані мільярди людей, які у певній мірі є ньюсмейкерами.

Українська дослідниця Мирослава Чабаненко у своїй монографії «Інтернет-ЗМІ як складова частина системи засобів масової інформації України» [3] виділила головні критерії визначення ресурсів як інтернет-видань:

1. Наявність редакції, подібної до редакцій традиційних ЗМІ (колектив штатних співробітників на чолі з редактором, наявність позаштатних журналістів і навіть дописувачів).
2. Медіаінформація на сайті організована професійно, за кращими зразками світової інтернет-журналістики (архітектура сайта, побудова сторінок, гіпертекстуальність).
3. Повідомлення на сайті мають соціально значущий характер і можуть зацікавити масову аудиторію (висвітлюють актуальні події, подаючи інформацію оперативно).
4. Більша частина повідомлень (або всі) є власними матеріалами (мінімум 70 % контенту є авторським).
5. Републікації з інших інтернет-видань належним чином оформлені (з вказівкою на джерела, що подані у вигляді гіперлінків).
6. Окрім заміток, сайт пропонує матеріали в інших класичних журналістських жанрах – репортажі, нариси, аналітичні статті, рецензії і т. д.
7. Помітні партнерські зв'язки сайта з іншими інтернет-ЗМІ (наявність гіперпосилань при публікації матеріалів із сайтів інших видань, на головній сторінці розміщені логотипи партнерів тощо).
8. Медіаконтент ресурсу оновлюється не рідше, ніж раз на тиждень, що свідчить про виконання функції інформування про поточні події (для новинних сайтів – мінімум 5-6 публікацій щодня).
9. Достатній рівень відвідуваності або, якщо сайт новий, помітною є турбота про його підвищення (веб-ресурс розрахований на масову аудиторію) [3].

Медіадослідниця наголосила на тому, що інтернет-сайт стане повноцінним інтернет-виданням, якщо відповідатиме хоча б п'ятьом обов'язковим критеріям, а саме: матиме редакцію; більшість контенту – авторські матеріали; публікації виходять щоденно; повідомлення мають соціально значущий характер; на сайті подаються різні журналістські жанри [3].

Одним із регіональних порталів, який відповідає вище зазначеним критеріям, є «Терен» [2]. Більше того, це єдине онлайн-видання за усіма дев'ятьма обов'язковими пунктами:

1. Редакція агенції експрес-новин «Терен» розташована за адресою: місто Тернопіль, бульвар Тараса Шевченка, 19. 2 поверх. Видання має головного редактора – Олег Удич, трьох випускових редакторів, вісім штатних журналістів, два позаштатні кореспонденти, одного відеооператора та одного системного адміністратора.
2. Усі журналісти та редактори мають журналістську чи філологічну освіту. Деякі – дві вищі освіти. Сайт видання побудовано за новітніми шаблонами.
3. Видання висвітлює суспільно важливі події та зорієнтоване на аудиторію Тернополя й Тернопільської області.
4. 95 % усіх публікацій – власне авторські матеріали, написані журналістами видання «Терен».
5. Републікації подаються не часто, однак якщо і трапляються, то з прямим (тобто на саму сторінку матеріалу, а не на головну сторінку) гіперпосиланням з додатковим вказуванням назви видання.
6. На сайті можна знайти матеріали різних журналістських жанрів. З відповідною періодичністю подаються відеосюжети і колонки.
7. Партнерські зв'язки прослідковуються у віджетних та банерних розміщеннях. Наприклад, газета «Сільський господар».
8. Медіаконтент сайта у будні оновлюється кожні 20 хвилин (з 08:00 до 22:00), у вихідні та свята – кожні 40 хвилин (з 08:00 до 22:00).
9. Щоденно сайт відвідує понад 5000 відвідувачів. Простежити їх кількість можна завдяки спеціальному лічильнику, розміщеному на порталі [2].

Як бачимо, абсолютно реальною є можливість відповідати усім критеріям визначення власне інтернет-видань. Яскравим прикладом цього є агенція експрес-новин «Терен». ЗМІ не лише офіційно зареєстроване, тобто пропонує своєму колективу офіційне працевлаштування, але й відповідально ставиться до своєї роботи – слідкує за якістю матеріалів, за їх достовірністю та оперативністю, за повнотою фактажу. Видання дотримується законодавчих та етичних норм журналістики, що у сучасному медіасередовищі – рідкість. Усі працівники редакції розуміють, що перед читачами та перед законом їм доведеться відповідати особисто. Це спонукає до відповідного якісно-кількісного рівня журналістської діяльності, де апріорі виступає якість матеріалу.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Інтернет-ЗМІ. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Інтернет-ЗМІ.
2. Терен. URL: http://teren.in.ua/.
3. Чабаненко М. Інтернет-ЗМІ як складова частина системи засобів масової інформації України : монографія. ДВНЗ «Запоріз. нац. ун-т» МОН України. Запоріжжя : [ЗНУ], 2011. 184 с.