

БОРИС ПОТЯТИНИК

# ІНТЕРНЕТ- ЖУРНАЛІСТИКА





*ПАМ'ЯТІ ВОЛОДИМИРА ЗДОРОВЕГИ,  
МОГО ВЧИТЕЛЯ*

Львівський національний університет імені Івана Франка  
Факультет журналістики

Борис Потятиник

# ІНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛІСТИКА

# Навчальний посібник



УДК 070:004.738.5](075.8)

П 646

ББК 4612с18я73-1

*Рекомендовано  
кафедрою радіомовлення і телебачення  
та вченою радою факультету журналістики  
Львівського національного університету імені Івана Франка (протокол № 10 від 5 липня 2010 р.)*

## Рецензенти:

Шуневич Б. І. – доктор педагогічних наук, завідувач кафедри Львівського національного університету безпеки життєдіяльності;

Левченко О. М. – кандидат технічних наук, старший науковий співробітник Центру інформаційних технологій і дистанційного навчання Львівського національного університету ім. І. Франка

## **Потятиник Б. В.**

**П 646** Інтернет-журналістика : навч. посіб. / Борис Володимирович Потятиник. – Львів : ПАІС, 2010. – 244 с.

**ISBN 978-966-1585-50-7**

Інтернет-журналістику трактовано як історично четвертий (після преси, радіо і телебачення) різновид журналістики. Подано рекомендації стосовно підготовки матеріалів для новинно-аналітичних онлайн-ресурсів, запропоновано прогноз розвитку мережних медій.

Для студентів факультетів та відділень журналістики, соціальних комунікацій, дослідників у сфері масових комунікацій, журналістів-практиків та широкого кола зацікавлених журналістською проблематикою.

**ББК 4612с18я73-1**

## ДОКЛАДНИЙ ЗМІСТ

## КОРОТКИЙ ЗМІСТ..... 3

## СКАРБИ НА СМІТНИКУ (ПЕРЕДМОВА) ..... 5

## Все і негайно..... 5

*Мережа справді культивує легкість, поквалітивість і негайність реалізації бажань. Та, попри те, варто застерегти молодого читача від надмірних ілюзій, зокрема в журналістиці. Висловитися в Мережі дуже легко. Настільки легко, наскільки важко бути почутим*

## Нова зброя старої гвардії..... 9

*Вада багатьох поглядів на онлайнів медіа в тому, що це, по суті, філософія традиційних ЗМІ, які зайшли в Мережу. Але в тому й річ, що медійний ландшафт тут зовсім інший*

## ЩО ЦЕ ТАКЕ?..... 11

*Деякі онтологічні питання, які стосуються буття інтернет-журналістики, її доданої вартості і відмінностей від попередніх різновидів журналістики*

## Межі професії..... 13

*Що належить до інтернет-журналістики і що залишається за її межами? Це непросте питання, з огляду на той факт, що самі межі стають дедалі розмитішими*

## Онлайнова, мережева, мультимедійна..... 13

*Терміни, які вживають на позначення того самого явища*

## Стирання меж..... 14

*Бурхливий і безупинний розвиток комунікативних технологій зумовлює постійне існування «фронтиру», переднього краю, де межі професії виявляються мінливими і розмитими*

## Блоги..... 21

*Лише невеликий сегмент Мережі може претендувати на те, щоб називатися журналістикою – а саме той, у якому практикують журналістські стандарти збору інформації. перевірки. викладу. аналізу й взагалення фактів.*

*Дотримання чи недотримання професійних стандартів, з нашого погляду, і є тим водорозділом, який визначає належність блога чи інших нетрадиційних форм масової комунікації до журналістики*

## **Новинні агрегатори і журналістика..... 26**

*Новинні інтернет-агрегатори не відносяться до журналістики у вузькому розумінні цього слова. Проте загалом вони, подібно до дайджестів чи рефератів, є важливим складником медійної індустрії, допомагаючи аудиторії структурувати і споживати інформацію*

## **Дім, у якому живе журналістика..... 29**

*Мережа – не просто інструмент. Передусім йдеться про Інтернет як середовище, «дім», в якому й «мешкає» журналістика. У цьому середовищі шукають, відбирають і перевіряють інформацію, тут здійснюють журналістські розслідування і публікують їх результати, тут-таки спілкуються з читачем (глядачем) як потенційним співавтором публікації. Саме через це специфічне середовище первинний текст зазнає трансформацій, обростає коментарями, провокує дискусії, тобто починає жити окремим життям як типова інтернет-публікація*

## **Перезавантаження..... 32**

*Його пов'язують із синергетичним ефектом мультимедійності, гіпертекстовості, надоперативності та інтерактивності. Більш радикальні візії журналістського майбутнього передбачають цілковиту відмову від традиційних оповідних форм*

## **Четвертий різновид журналістики чи інтегральний медіум?..... 35**

*Історично інтернет-журналістика є четвертою після преси, радіо і телебачення. Цілковито відмінна технологічна платформа – комп'ютерна мережа – та низка важливих розбіжностей є важливою підставою відособлення четвертого різновиду журналістики від трьох попередніх. Водночас на практиці вона стає першою, а в перспективі – єдиною*

## **Деконструкція: мікро Vs. макро..... 39**

*З одного боку, природа онлайн-медій, на відміну від традиційних ЗМІ, тяжіє до деконструкції, подрібненості, до розбивання матеріалу на «цеглинки»-мікротексти – так їх легше і зручніше шукати і використовувати. А з іншого – все ще зберігає своє значення традиційна медійна структура*

## **100-відсоткова журналістика..... 42**

*ІЖ, цілком очевидно, має чимало вад. З огляду на масовість («Кожний – сам собі журналіст»), відхилень від фахових та етичних стандартів в онлайні було, є і буде значно більше, аніж у традиційних ЗМІ. Тому ми ведемо мову не про те, що є, а те, що може бути. Тобто порівнюємо ПОТЕНЦІАЛ старих і нових медій*

## **ЯК ЦЕ РОБИТИ?..... 45**

*Практичні рекомендації та поради з приводу підготовки і редагування матеріалів для новинно-аналітичних ресурсів*

## **«Перелік веб» – Web-First Reporting**

47

<b>«Передуми веб-першої сторінки»</b> .....	11
<i>Система Web-First Reporting означає, що в конвергентних редакціях матеріали творяться насамперед для веб-сайту і лише опісля «скидаються» іншими каналами для аудиторії, яка поки що воліє сприймати паперові чи телевізійні версії. Ця тенденція, вочевидь, набирає обертів в журналістській практиці і разом з інтенсивною конвергенцією різних медійних форматів на основі Мережі призводить до трансформації журналістики</i>	
<b>Веб-сайт – найголовніша частина конвергентного медійного проекту</b> .....	48
<i>Найповніший інформаційний пакет (без обмеження часу чи простору, з довідковими покликаннями, графікою, аудіо- та відеоілюстраціями, розлогими і численними коментарями) можливий саме в Мережі</i>	
<b>Веб-інтегрованість</b> .....	54
<i>Особливості матеріалу, які дозволяють йому легко інтегруватися з тими сервісами, які на той час є в Мережі</i>	
<b>Додана вартість</b> .....	56
<i>Що таке додана вартість ІЖ і як її забезпечити?</i>	
<b>Гіпертекстуальність</b> .....	56
<i>Особливості гіпертекстуальності; зовнішні і внутрішні гіперпокликання, їх завдання; тло події</i>	
<b>Мультимедійність</b> .....	63
<i>Взаємодія і взаємодоповнюваність різнорідних медіумів (тексту, аудіо, відео, анімації та нерухомих образів) залежно від вибору користувача; мультимедійний пакет; ієрархія мультимедійних форматів</i>	
<b>Негайність та інтерактивність</b> .....	67
<i>Як розвивати інтерактивність; оновлення в режимі нон-стоп: надоперативність і новинні серії, стрічка новин</i>	
<b>Персоналізація</b> .....	80
<i>Сьогодні зростають можливості автоматичної адаптації інформаційних потоків у Мережі до індивідуальних запитів того чи іншого читача. Цебто кожен читає наче свою власну газету, виготовлену спеціально для нього в єдиному екземплярі. Daily Me («Я – щодня», «Мої новини») Ніколаса Негропonte. Персоналізований сервіс «My Times, I-Media – «індпошив у медійній сфері»</i>	
<b>Підготовка контенту і техніка написання</b> .....	84
<b>Елементи вхідної сторінки. Фокус</b> .....	84
<b>Навігація</b> .....	86
<b>«Про нас». Копірайт</b> .....	87
<b>Техніка написання</b> .....	90
<i>Перекинута піраміда і п'ять W</i>	
<b>Заголовки</b> .....	92
<b>Підзаголовки, резюме, анотації, врізки</b> .....	94
<b>Лаконічність як загальна вимога до організації тексту</b> .....	96
<b>Приклади та ілюстрації</b> .....	99
<b>Інформаційне перевантаження</b> .....	103

Мова і стиль.....	103
Достовірність та акуратність.....	105

## **Інтернет-аудиторія: поєднання локальності і глобальності** 107

*Нетер суттєво відрізняється від читача традиційної газети: комп'ютер пропонує незрівнянно конкурентніше середовище. Людина, що відкрила свій ноутбук, має водночас кілька спокус або завдань. Передбачення Елвіна Тоффлера про демасифікацію масової комунікації, яке він зробив ще 1970 р., маючи на увазі тенденцію до фрагментації аудиторії дедалі більшою кількістю телеканалів і радіостанцій, ще більшою мірою справджується і для епохи Інтернету*

<b>Анонімність і легкість.....</b>	<b>108</b>
------------------------------------	------------

*Інтернет дає підстави вести мову про «натовп у квадраті».  
Відкрита журналістика – Open Source Journalism*

## **Бізнесові та організаційні моделі мережевих ЗМІ.....** 111

*Некомерційні моделі; комерційні та гібридні моделі; американський досвід; структурна перебудова і ройова філософія*

## **ЩО ДАЛІ?.....** 121

*На основі теперішніх тенденцій зроблено спробу спрогнозувати деякі особливості розвитку новітніх медій та інтернет-журналістики*

## **Співіснування медіумів: від конфлікту до синтезу.....** 123

*В історії масової комунікації майже завжди існувала боротьба поміж різними медіумами, здебільше між технологічно відмінними медіа-середовищами: преса і радіо, преса і телебачення, радіо і телебачення. Чи приніс Інтернет якісь зміни в ці розклади?*

<b>Трохи історії.....</b>	<b>123</b>
---------------------------	------------

<b>Три сценарії розвитку.....</b>	<b>131</b>
-----------------------------------	------------

## **Конфлікти і критика.....** 133

*Згруповано конфлікти і критику за галузевим принципом: преса, телебачення, Інтернет*

<b>Преса.....</b>	<b>133</b>
-------------------	------------

*Якісні газети: спіраль деградації; чому щоденники робляться схожими на тижневики?*

<b>Телебачення.....</b>	<b>144</b>
-------------------------	------------

*«Інтернет – сила! Телевізор – могила!»; досвід CNN*

<b>Інтернет-ЗМІ.....</b>	<b>150</b>
--------------------------	------------

*Філософська критика (Юрген Габермас, Артур Шлезінгер, Поль Вірілію, «Смерть нарративу» Бена Макінтира); політична критика (Інтернет як частин стратегії «керованого хаосу» в інтерпретації Олександра Дугіна); прагматична критика («Паразитарний характер» інтернет-ЗМІ, копіювання телевізійних прийомів)*

## **Жанри: нове позмежування** 160

## **ЖАНРИ НОВОГО РОЗМЕЖУВАННЯ..... 159**

*В останні десятиліття ХХ сторіччя простежувалася тенденція до стирання меж, до інтеграції жанрів. Припускаємо, що ця тенденція спостерігатиметься й надалі, адже до творення і розміщення в Мережі текстів (аматорська журналістика, блоги) долучатиметься щораз більше людей. Багато з них не схильні дотримуватися якихось меж між жанрами з однієї простої причини: вони не знають про їх існування. Водночас, на нашу думку, набуватиме сили протилежна тенденція – до чіткішого розмежування і чистоти жанрів*

## **Зміни в журналістській освіті..... 163**

*Нині особливо важливо готувати фахівців, спроможних застосовувати різні комунікаційні формати: текст, графіку, аудіо, відео*

## **ПО ТОЙ БІК ТРАДИЦІЙНИХ ЗМІ (ПІСЛЯМОВА)..... 165**

## **ТЕРМІНОЛОГІЯ..... 169**

*Винесено тлумачення деяких понять, щоб не перевантажувати практично зорієнтований посібник суто теоретичним матеріалом. Таким ключовим поняттям, як «віртуальність» та «масова комунікація», відведено значно більше місця, ніж іншим термінам, оскільки від їх належного розуміння залежить успішне засвоєння поданого матеріалу*

## **ВИКОРИСТАНА ЛІТЕРАТУРА..... 179**

## **ЗАВДАННЯ ТА ЛІТЕРАТУРА ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ 183**

**Запитання для самоконтролю..... 183**

**Практичні завдання..... 187**

**Література для самостійного опрацювання..... 192**

## **ДОДАТОК..... 193**

*Подано автентичні фрагменти перекладів на українську статей з відомих закордонних видань, які були вміщені на сайті Західної аналітичної групи та деяких інших ресурсах у 2006–2010 рр.*

**Філософія і психологія Мережі..... 193**

*БЕНДИК Едвід. Інтернет змінює фундамент нашої культури*

*МОРОЗОВ Євген. Інтернет: кілька міфів*

*МАКІНТАЙР Бен. Інтернет убиває розповідь*

*КАР Ніколас. Що робить Інтернет з нашим мозком?*

*КАСТЕЛЬС Мануель. Громадянин народжується в Мережі*

*БРУКС Девід. Вершники в бурі*

**Бізнесові та організаційні моделі..... 214**

*ДОЛГІН Александр. WEB 3.0 – рекомендаційні сервіси*



МЕСІНГ Майкл. Новий горизонт для новин

РАЙТ Роберт. Порятунк для газет – у межах досяжності

ГАРСІА Маріо. Що робити, коли люди вже знають, що є в газеті?

МАКАРЕНКО Вадим. Google допоможе газетам

ГЕПЕР Джон. Продавай новини або готуйся рахувати збитки

**Інтерактивність**..... 226

МОРАН Джо. Модна нині інтерактивність – слабкий замітник публічної сфери

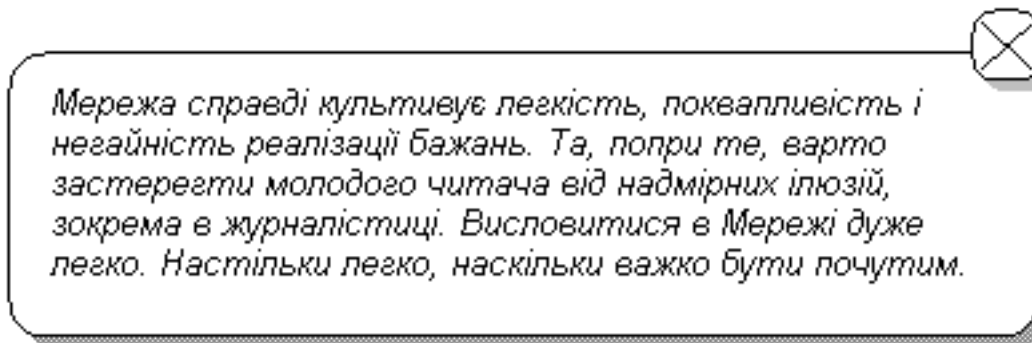
КРОВІТЦ Гордон. Ввічливість в Інтернеті – це оксиморон?

**Блоги і журналістика**..... 230

СЕМКА Пьотр, ЯНКЕ Ігор. Блогери повинні зберегти анонімність?

ДОВЖЕНКО Отар. Дорогий щоденнику!

## СКАРБИ НА СМІТНИКУ (Передмова)



Текст у Мережі постає як результат інформаційної гри, такого собі пасування м'яча поміж гравцями команди, кількісний склад якої відкритий і може збільшуватися до нескінченності. Якийсь анонімний пас може раптом круто перемінити хід усієї гри, а тисячі елементів, ураз перегрупувались, як у дитячій забавці-калейдоскопі, створять зовсім інший візерунок. Тут уже важко однозначно сказати, хто кого творить: Гравці – Гру чи навпаки. Не викликає сумніву, що Гра стимулює Гравців. Вона більшою мірою стає Суб'єктом, аніж самі Гравці.

Інтегруючи всі можливі у світі інформаційні потоки, веб породив надію на досягнення стану, який можна означити біблейським поняттям «всевідання». Мережева комп'ютерна технологія є надзвичайно потужним каталізатором, який з небаченою досі інтенсивністю і швидкістю дає змогу поєднувати внутрішні світи мільйонів індивідуумів, творячи віртуальну сферу. Тому віртуальність – це також інша свідомість або свідомість іншого, яка входить у мою. Тут можна було б вжити поняття «колективна» чи «велика свідомість» (докладніше про наше розуміння віртуальності див. розділ «Термінологія»).

## ВСЕ І НЕГАЙНО

Віртуальна сфера не має простору в тому розумінні, в якому ми вживаємо це слово, характеризуючи реальність. У глобальній віртуальній сфері є, як висловлювався Маршалл Маклюген (*Marshall McLuhan*) у своїй знаменитій праці «Війна і мир в глобальному селі» (*War and Peace in the Global Village*), «все-тут-і-негайно» без звичних просторових і часових обмежень<sup>\*</sup>.

Простір Мережі – парадоксальний за своєю суттю. Він містить процеси і явища цілком протилежного спрямування, які, проте, взаємодоповнюють і підживлюють одне одного.

Сумнозвісна покvapливiсть і поверховiсть у певний спосiб поєднуються в Мережі з неквапливою бiблiотечною глибиною. Причому йдеться не тiльки про сотнi мiльйонiв вiртуальних книг чи наукових праць, а й про спроби колективного осмислення тiєї чи iншої проблеми. Опоненти, щоправда, зауважать, що iнтернет дає незрiвняннo бiльше прикладiв, коли анонiмнi коментарi лише спрощують, вульгаризують i, загалом, занижують обговорення проблеми. Це правда. Спонтаннiсть дискусiї не завжди гарантує найкращий результат. Однак у таких випадках на допомогу приходять модерування i селекцiя.

З одного боку, мають слухнiсть медiа-критики, говорячи про засилля аматорства в Мережі та руйнування журналістської фахової культури. Генеральний секретар Мiжнародної федерації журналістів Айдан Вайт зiзнався, що не вiрить у спроможнiсть iнтернету замiнити собою традицiйнi медiї. «Державним та деяким iншим органiзацiям вигiдний розпад традицiйної структури журналістики, – заявив він у своєму iнтерв'ю, умищеному в липневому номері Журналіста України за 2010 р. – Незважаючи на те, що в iнтернеті розвивається багато нових неперевершених медiа-проектiв, вони є поганою замiною для професiйних, високоетичних ЗМІ» .

Проте шановний генеральний секретар заледве чи мiг би заперечити, що прикрою реальнiстю ХХ ст. була концентрацiя i централiзацiя медiа-активiв в руках кiлькох корпорацiй. До того iснувало безлiч невеликих i середнiх газет. I ось у ХХI ст. на новому витку спiралi завдяки iнтернету знову спостерiгаємо децентралiзацiю i розпорощення у сфері мас-медiй. Як зазначено в доповiдi дослiдницького проекту «За досконалу журналістику», влада вiд журналістських iнституцiй «поступово переходить до окремого журналіста». Споживачi через пошук, електронну пошту, блоги, соцiальнi медiа тяжiють до iндивiдуальних авторiв i голосiв, вiддалених вiд iнституцiйних брендiв» [Pew Research Project 2009].

Окрiм того, маємо в Мережі нову, небачену ранiше хвилю есеїстики. Її бiльше не стримують просторовi та часовi обмеження, якi були i досi характернi для традицiйних ЗМІ (хто не знає сакраментальних фраз, на кшталт «Газетна шпальта – не безрозмiрна» або «Тепер у телепрограмі – рекламна пауза»). Вiдсутнiсть таких обмежень, звiсно, не гарантує якостi. У Мережу потрапляє есеїстика дуже рiзного гатунку. Однак це вже питання фiльтрування i добору, яке теж вiршується i на iндивiдуальному рiвнi, i системою мережевих рейтингiв чи рекомендацiй. В усякому разі, як виглядає, таких iнструментiв фiльтрування iнформацiї щороку бiльшеє (про новi вiяння в системах добору iнформацiї див. рубрику «Web 3.0» в «Додатку»).

Один iз раннiх негативних стереотипiв про iнтернет, який гуляє свiтом ще з 90-х рр., мiстить твердження, що Мережа – велике i хаотичне «звалище культури». Якщо навiть прийняти це твердження, то варто було б говорити не просто про звалище, а про скарби на цьому звалищі. Причому слово «скарби» можемо трактувати не тiльки в переносному, як присутнiсть iнтелектуально-духовних витворiв, а й у прямому значеннi.

Недарма ж з легкої руки французiв свiтом пішов новий термiн – «семантичний капiталiзм». Йдеться про монетизацiю масового i, здавалось би, безсистемного текстотворення в Мережі. «Розумнi» програми уважно аналізують всю цю писанину в автоматичному

режимі, окреслюючи інтелектуальні, емоційні і, врешті, споживацькі профілі сотень мільйонів користувачів (докладніше див. «Додаток»). У такий спосіб формують неоціненну інформацію для рекламної індустрії, зокрема для контекстної реклами. Зовсім не випадково найвищі сходинки світових рейтингів найзаможніших людей планети (зокрема у версії журналу *Fortune* у 2010 р.) посідають мексиканський медіа-магнат Карлос Слім та засновник *Microsoft* Біл Гейтс – особи, чий бізнес пов'язаний з комунікацією та обробкою інформації.

У частини молодих користувачів Інтернету складається враження, що стати інтернет-журналістом не так і важко. Варто тільки захотіти. Окрім бажання та інтернет-доступу, більше нічого, мовляв, і не треба. Зокрема й цього посібника, оскільки в Мережі все легко і просто. Тут ідеться про ЛЕГКІСТЬ як категорію і характеристику Мережі. Досить порівняти багатомісячну працю в архівах та бібліотеках з приголомшливою швидкістю майже негайного інтернет-пошуку.

Є й інший аспект цього питання. Упродовж тисячоліть людської історії легкість у комунікації асоціювалася передусім з думкою. Найлегше було подумати, скажімо, сформулювати нову ідею. Опісля йшли доволі трудомісткі операції заради донесення думки до аудиторії: писання, набір шрифтів, друк. Натомість у Мережі спостерігаємо цілком протилежну ситуацію: головне – сформулювати думку, а оприлюднити її – це вже просто і швидко.

Мережа справді культивує легкість, покvapливість і негайність реалізації бажань. Та, попри те, варто застерегти молодого читача від надмірних ілюзій, зокрема в журналістиці.

Ось він вирішив здивувати світ і виклав свої думки на власному міні-сайті, який потенційно доступний для безлічі читачів у Мережі, але... нічого не трапилось. Здавалося, що лише варто це опублікувати, аби світ завмер у захваті. А у відповідь – мовчанка. Отже, **висловитися в Мережі дуже легко. Настільки легко, наскільки важко бути почутим.**

У щоденній роботі із студентами не раз розмовляв з початківцями, які щойно запустили у світ свої інтернет-проекти. У них на обличчях можна було прочитати нерозуміння, подив і навіть обурення з приводу реакції невдячної публіки. Точніше її відсутності.

Ритм сучасного життя підштовхує читача до швидкісних версій досягнення поставленої мети. Телебачення та Інтернет пропонують безліч інструкцій, на кшталт «Три простих кроки в досягненні...», «Три іноземні мови за три тижні» тощо. Подібно до цього стрімкий розвиток різноманітних веб-сервісів дедалі більше бере на себе програмно-технологічний бік справи. Отож сьогодні початківцеві веб-журналістові не обов'язково володіти мовою *HTML*, не кажучи вже про серйозніші програмістські чи дизайнерські знання. Більше того, техніка частково бере на себе змістове наповнення інтернет-ресурсу. Наприклад, використовуючи технологію *RSS*-потоків, можна запустити на своєму сайті автоматичну стрічку новин. Інша справа, що сьогодні нікого не здивуєш усіма цими технологічними викрутасами. Здобути прихильність потенційних відвідувачів вашого інтернет-ресурсу можна тільки в один спосіб: через подачу унікального контенту, якого ніде більше не знайти. Отож це мають бути матеріали, які ви самі виносили і втілили в текстових, аудіо- чи відеоматеріалах. І тут обов'язково стане в пригоді освіта – формальна чи неформальна. Зокрема і журналістська.

## НОВА ЗБРОЯ СТАРОЇ ГВАРДІЇ

Хибним є погляд на онлайнві медіа як, по суті, на філософію традиційних ЗМІ, котрі зайшли в Мережу. Насправді ж медійний ландшафт тут зовсім інший. Як аналогію наведемо війська, які колись звикли воювати струнками шеренгами, а в часи появи автоматичної стрілецької зброї ця тактика виявилася самовбивчою: вояки, як живі мішені, просто підставляли себе під кулеметні черги. Подібно до кулемета, Інтернет докорінно змінює поведінку мас-медій.

Можливо, не кожен з-поміж тих молодих людей, які сьогодні мріють про журналістику, знає походження слова «преса». Кожен бачив це слово на спеціальних автомобілях. Дехто навіть встиг побувати в ложі «для преси». І хоча слово «преса» походить від друкарського верстата (за часів Йогана Гутенберга, в 1456 р., друкарський верстат справді нагадував прес для вичавлювання винограду), тепер його так само легко вживають на позначення телебачення чи радіо. Тобто преса давно вже стала синонімом журналістики в широкому розумінні. Тож ніхто і не здивується, почувши словосполучення «онлайнова преса», якій, перепрощую за каламбур, зовсім не потрібний друкарський прес, бо тиражування як такого тут немає. Відвідувачі (нетери), навіть якщо їх мільйони, звертаються безпосередньо до першоджерела – авторського тексту, розміщеного на веб-сайті. Це так, наче єдиний примірник газети одразу читає велика група людей – сотня чи й сотня тисяч. З тією, правда, відмінністю, що немає потреби залазити комусь на спину, аби краще розгледіти текст. Натомість усі читають – в максимально комфортних умовах. Щобільше – кожен читає наче власну газету, виготовлену спеціально для нього в єдиному екземплярі.

Авторів цих рядків ще не випадало мати справу з таким мінливим об'єктом. Скажімо, сьогодні саме мобільний телефон, точніше той універсальний мобільний мікрокомп'ютер, на який він перетворився, став найновішим і найдинамічнішим у своєму розвитку різновидом мас-медій. Згідно з оцінками ООН, на початок 2011 р. у світі діятиме близько 5 млрд мобільних телефонів. Ринок мобільного контенту, маркетингу та реклами виказує ознаки стрімкого глобального зростання понад 50% щороку (відповідно до прогнозів *Borrell Associates*). В експертному середовищі шириться думка, що сьогодні мало які ЗМІ можуть переважити *iPhone*, *iPad*, *BlackBerry* та інші подібні портативні пристрої в здатності налагодити миттєвий контакт із користувачем та запропонувати йому персоналізовані інформаційні добірки [Diversified Opportunities 2010].

Фахівці покvapливо вивчають альтернативні способи донесення інформації: кишенькові комп'ютери і смартфони, міні-проектори, рідери, «електронний папір». Які журналістські формати найкраще відповідають їм? Хто цю інформацію готуватиме і як її поширювати? Ми ще не маємо готових відповідей на ці та багато інших подібних запитань.

Мало не щокварталу мережева журналістика розкриває нові, невідомі доти грані. Йде пошук нових бізнес-моделей, способів поширення контенту (наприклад, у соціальних мережах), форм подачі матеріалу та інтерактивності. Це якраз той випадок, коли матеріалу надмір і важко дати собі з ним раду, коли в Мережі розгортаються надзвичайно цікаві процеси диверсифікації інформаційних послуг і водночас їх синтезу, коли на наших очах народжуються, вмирають і народжуються знову гібридні ресурси, які важко піддаються класифікації. Тому нариси, з нашого погляду, найкраще годяться для опису цього мінливого феномена.

Основою запропонованого навчального посібника є авторські міркування, засновані на власному досвіді та аналізі розвитку онлайнвої журналістики в Україні та світі. Тут доречно також висловити вдячність *Західній аналітичній групі*, на сайті якої ([www.zgroup.com.ua](http://www.zgroup.com.ua)) розміщено якісні переклади та реферати статей з елітних закордонних видань. Деякі з них цитуємо в основному тексті посібника або ж подаємо їхні фрагменти в «Додатку».

Для спрощення вживаємо аббревіатуру ІЖ – інтернет-журналістика. Слово «Мережа», як синонім до Інтернету, пишемо з великої

літери, щоб відрізнити від локальних мереж. А також замість звичного поняття «посилання» використовуємо «покликання» («гіперпокликання»).

Що це таке?

Як це робити?

Що далі?

▶ **Межі професії**

Онлайнова, мережева, мультимедійна

Стирання меж

Благи

Новинні агрегатори і журналістика

Дім, у якому живе журналістика

▶ **Перезавантаження**

▶ **Четвертий різновид журналістики чи інтегральний медіум?**

▶ **Деконструкція: мікро Vs. макро**

▶ **100-відсоткова журналістика**

*Деякі онтологічні питання, які стосуються буття інтернет-журналістики, її відмінностей і переваг.*

---

\*  
– Маклюген вперше опублікував згадану працю 1968 р., коли Управління перспективних досліджень APRA в США лише налагоджувало перші спроби двох комп'ютерів спілкуватися один з одним. Тобто задовго до поширення Інтернету. Тоді на піднесенні було телебачення. Але Маклюген пише не стільки про ТБ, скільки про електрику як «чисту інформацію», яка породжує, конструює і формує «глобальне село».