

# ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

УДК 007:304:070

*Досенко А.К.*

Інститут філології і журналістики

Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського

## СТАНОВЛЕННЯ ІНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛІСТИКИ В УКРАЇНІ: СПЕЦИФІКА, УМОВИ, РОЗВИТКУ

*У статті зроблено спробу аналізу історичного розвитку сучасної інтернет-журналістики в Україні. Досліджено умови становлення та специфіку розвитку інтернет-журналістики в Україні за період 1990-х років до 2010 років. Проаналізовано низку сайтів з позиції її хронології, та децю систематизовано погляди сучасних науковців на процес зародження вітчизняної мережевої журналістики як провідного виду комунікації. Висвітлено існування мережевих ЗМІ з розподіленням їх на види, а саме: друковані, телевізійні та радіо з окресленням їх специфіки. Схарактеризовано специфіку мережевих сучасних засобів масової інформації, та висвітлили найпопулярніші сучасні он-лайніві ЗМІ.*

**Ключові слова:** інтернет-видання, інтернетт портал, сайт, інтернет-журналістика, основні етапи розвитку.

**Постановка проблеми.** Нині в наукових колах є дискусивним питанням щодо зародження та основних віхів розвитку української інтернет-журналістики. Доведено, що в більшості виникнення електронних ЗМІ сприяло необхідності задоволення інформаційного голоду та потреб українського суспільства. До найпоширеніших ЗМК нової ери була мережа. Інтернет-журналістика зарекомендувала себе як базову складову частину інформаційної сфери сучасного світу. Історія онлайн-журналістики розпочинає шлях свого становлення із сайтів новин, які спровокували народження інтернет-ЗМІ наприкінці 90-х рр. ХХ ст. Із часом вони почали перевищувати рейтинги традиційних ЗМІ.

Українська журналістика нині існує на етапі перехідного періоду тому, що виникає велика кількість мережевих комунікаційних платформ, що диктують динаміку розвитку інтернет-журналістики, а й через глобальне переформатування мас-медіа, що відбувається дуже швидко, і, подекуди, українські журналісти і споживачі не готові до них. Поява та розповсюдження мережі є однією з найважливіших подій у світовій комунікативістиці. Саме Інтернет володіє низку специфічних комунікаційних родзинок, що формує сучасний

комунікаційний процес: саме він свого часу спровокував появу принципово нового виду засобів масової інформації – мережевих ЗМІ.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вбачаючи необхідність дослідження описаної вище проблематики, ми звернулись до низки наукових праць та позицій, що прямо чи опосередковано стали джерелом наукового дослідження. До аналізу останніх досліджень і публікацій відносимо праці вітчизняних та зарубіжних науковців, таких як: А. Акопов, І. Биков, Дж. Гол, Ф. Грозданов, О. Гусак, А. Данько-Сліпцова, А. Калмиков, Л. Коханова, М. Колесникова, Р. Крейг, Б. Потятин, М. Чабаненко та інші.

Питанням зародження та функціонування української он-лайн журналістики варто шукати серед праць наступних науковців: А. Данилюка, Т. Крайнікової, Ю. Сови тощо.

Дослідження Ф. Грозданова, О. Каплій, О. Колісник, Ю. Костигової, О. Коцарева, О. Самуляк присвячені типологізації онлайн-видань.

**Постановка завдання.** Проаналізувавши наукові точки зору, ми прийшли до висновку, що варто обґрунтувати невирішених раніше частин загальної проблеми розвитку інтернет-журналістики в Україні. Варто здійснити комплексний

теоретико-методологічний аналіз сучасних тенденцій розвитку інтернет-журналістики в Україні. Варто було б окреслити часово-просторові рамки. Але для того треба виокремити та класифікувати періоди розвитку, а наразі не існує єдиної уніфікованої класифікації, що також окреслює в наукових колах необхідні перспективи для розвідок.

Для реалізації окресленої мети, варто виконати низку поставлених завдань:

- 1) уніфікувати підхід до розвитку інтернет-журналістики в Україні;
- 2) схарактеризувати варіативність типологізації онлайн-засобів масової інформації;
- 3) окреслити специфіку української он-лайн-журналістики.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Відшукати детальну інформацію про перші українські он-лайн-ЗМІ надзвичайно непросто, а тим паче знайти їх реальні приклади. І не так часто з практичної точки зору науковці занурювались у вивчення саме в український аспект. Початок детального вивчення стартував відносно нещодавно, але й пояснюємо ми це тим, що вітчизняна мережева журналістика молода сфера діяльності порівняно зі світовими. У першу чергу, в Україні інтернет-журналістика як сфера діяльності довгий час не сприймалася всерйоз. По-друге, мережевий простір перенасичений інформативно, що обумовлює привернення уваги тільки на те, що відбувається нині, але занурюватись у минулі події. Тож варто наголосити на тому, що необхідно систематизувати матеріал для того, аби окреслити параметри розвитку саме української мережевої медіасфери.

Проблемним виявились пошуки історіографії української інтернет-журналістики, адже сама мережа як інформаційне сховище не реагує на нього, видаючи на первинних щаблях сайти з інформаційно порожнім контентом (на кшталт заснування у 1992 році першого виключно українського домену з кодом країни UA). Також не існує переліку вітчизняних веб-сайтів, що окреслювали б хронологію заснування сайтів у мережі. Переважна кількість сайтів наголошують точкою відліку свого існування називають етап свого старт-апу, а не загалом час виникнення UAнету. Подібної інформації ми не знаходимо сайті інтернет-асоціації України, який вважаємо практично першоджерелом інформування про розвиток мережі в Україні; сайт ТОВ «Хостмастер» не містить таких інформаційних ресурсів також. Звернувшись до цього сайту розрахунок робився на те, що саме він здійснює послуги щодо «адмі-

ністрування і супутнього супроводження домену UA та публічних доменів у ньому» [4, с. 23].

Щоправда, звернувшись до Національного реєстру електронних ресурсів, ми віднаходимо 274 найменування електронних варіантів друкованих видань станом на сьогоднішній день, 27 назв сайтів, що безпосередньо стосуються телебачення, 23 назв радіостанцій, що мають аналог і у традиційних ЗМІ, а також 97 назв мережевих видань, що є офіційно зареєстрованими. Та очевидним є те, що це не повний перелік і історичної хронології, він таки не дає для розуміння всіх сходинок розвитку української мережевої журналістики.

Історія українських онлайн-видань датується 1990-ми роками, і, як зазначалось вище, перший домен став важливим етапом. Станом на сьогоднішній день існує низка інтернет-видань, які уже мають і електронний, і паперовий аналог, тобто існують на межі синтезу мережевих та традиційних ЗМІ. Але існує перелік видань, що не мають друкованої традиційної версії, але мають домен і успішно функціонують на ньому, забезпечуючи українців необхідною інформацією.

Після заснування вітчизняний домен відкрив шлях мережевій журналістиці. У 1995 році засновано сайт Верховної Ради України ([www.rada.kiev.ua](http://www.rada.kiev.ua)), що відображає перелік українських інтернет-ресурсів за той період, надаючи хоч якусь хронологію. Мирослава Чабаненко описувала його переліком із «29-и київських сайтів, 5-и одеських, 3-х дніпровських, 13-и харківських, 2 миколаївських, 11 львівських, 4 сімферопольських, 3 вінницьких, по одному сайту мали Донецьк, Івано-Франківськ, Ужгород, Чернівці, Хмельницький, Луцьк, Вінниця, Херсон і Тернопіль. Налегали вони, здебільшого, технічним, науковим організаціям, установам освіти або структурам державного управління. Викликає цікавість ProMedia Information & Press Center, який містив інформацію про український медіасектор. На одній зі сторінок сайту є п'ять розділів: інформаційні агентства, газети, журнали, телебачення і радіо. Всі вказані там ЗМІ не молодші 1995 року заснування, це дає підстави думати, що список саме того року і складався. Назви мережевих ЗМІ не позначаються взагалі, отже, їх іще й не було» [5].

Нині, звичайно, картина набагато більша і потужніша, скільки мережеві видання все частіше викликають довіру в українців, їх щільність та кількість зростає і потребує нових досліджень. Вагомим етапом у розвитку вітчизняної мережевої журналістики сучасні науковці вважають

виникнення сайту «Гала Радіо», що було одним із найпопулярніших наприкінці 90-х рр ХХ століття та початку 2000-х рр. ХХІ століття. Також кінець ХХ ст. та початок нашого ознаменувався потужним сплеском виникнення електронних аналогів у мережі усіх ЗМІ, що були прогресивними та розуміли, що це сприятиме збільшенню їх споживачької аудиторії. «Дзеркало тижня» (1994), «Сьогодні» (1998), «Інтерфакс-Україна» (1998), «1+1» (1998), «Люкс FM» (1999), «UAToday» (1999), «ProUA» (1999), «Магнолія-ТБ» (1999).

Але найбільший всплеск припав на початок 2000х-років: «Радіо Такт», «новий канал», «СТБ», «ICTV».

Сучасна картина так само демонструє широкий спектр функціонування в медійному інтернет-середовищі великої кількості ЗМІ: «UAрадіо», «ХітFM» та інші.

Як і в кожній країні, інтернет-видання нашої держави мають низку недоліків і переваг. Вони застосовують різні прийоми зацікавлення аудиторії, що діють як на психологічному, так і на емоційному фоні. «Інтернет-видання, що прагнуть демонструвати професійні підходи в роботі, можна впізнати за великою інформаційною насиченістю, частим оновленням матеріалів і певною побудовою сайту. У таких виданнях центральне місце займають новини та сторінки, що розбиті на блоки. Важливим аспектом є наявність останніх новин і, безперечно, архіву. Не обходиться електронне-видання, звичайно, й без реклами» [3].

Варто проаналізувати типологію вже традиційних мережевих ЗМІ в Україні.

*Першочергово варто звернути увагу на інтернет-телебачення.* Перша типологічна ознака таких сайтів – це рівень відвідуваності, що завжди є високим. Це диктує параметри ставлення до написання та виробництва контенту, інформаційної підтримки. До передач пишуться короткі рекламні анонси. А авторські передачі мають власний розділ, а найтипівіші міні-сайт. Практично всі сайти розподілені рубрично, де знайти можна практично все: від анонсів до відомостей про штатних журналістів. Яскравим на прикладом є сайти холдингу «1+1 медіа» (<http://www.1plus1.tv>), де висвітлено інформацію не лише про «зірок», але і про сірих кардиналі, які безпосередньо керують процесом. Веб-сайти телекомпаній проходять шлях становлення до самостійних інтернет-порталів. Нині сайти, чати, форуми забезпечують спілкування користувачів у режимі реального часу. Тут фактично подано підбірку новин, що містить не невеликий обсяг

інформації, яка може і не входити в перелік теле-новин каналу.

Уваги заслуговує сайт «5 каналу». Тут представлена пристойна кількість форумів, чатів, відео-архівів, але порівняно з тим наявна кількість і друкованих архівів. Інтернет-телебачення тут синтезується з аудіовізуальної інформацією та друкованою, тобто перевага віддана сучасному журналістському широкоформатному гіпертекстову. Така динаміка стимулює розвиток сайту та схильність користувача мережі саме до аудіовізуальної інформації, яка є найбільшзручною. До динаміки розвитку майбутнього інтернет-телебачення в нашій державі є те, що починає з'являтися і у мережах інших країн. «За повідомленням сайту «НТА» ([www.nta.com.ua](http://www.nta.com.ua)), етапного подією у функціонуванні інтернет-телебачення США став руйнівний ураган у серпні 2005 року. За тиждень 50 мільйонів відеосюжетів про цей ураган переглянули 4,6 мільйонів унікальних користувачів» [2, с. 322].

*Другим важливим ЗМІ є Інтернет-радіо.* Саме це вид ЗМІ ґрунтується на нетекстовій формі комунікації, а саме аудіальній комунікації, яка спроможна викликати враження та збуджувати увагу слухача. Центральною проблемою інтеграції радіо в мережу стала передача змісту повідомлень. На думку сучасних фахівців, «шлях передачі аудіоінформації через гіпертекст можна назвати радше створенням інтернет-бюлетеня радіостанції, ніж способом інтеграції радіо в Інтернет. Абсолютна більшість сайтів українських радіостанцій надають можливість слухати їхні передачі в режимі RealAudio» [1].

Аудіо-інформація в мережі нашої держави є так само доступна, як і в інших країнах. На думку дослідників, в Україні «першими масовими аудіо-матеріалами українського Інтернету можна вважати так звані «записи Мельниченка», що з'явилися восени 2000 року у вигляді звукових файлів на дуже багатьох сайтах» [1]. З історичної точки зору найвідомішими радіо сайтами були «Громадське радіо» та «Радіо Панорама», але наразі їх уже не має у медіа просторі. Це були не лише звукові файли передач, на кшталт аналогів друкованих версій, а файли що функціонували на як портал реального часу. Подібними були наприклад такі ЗМІ, як: «Радіо Ера», «Радіо 5», «Радіо Київ» тощо. «Суто мережевих інтернет-радіо, які не мають офлайнових аналогів, на відміну від сайтів інтернет-телебачення, нині досить багато Переважно це музичні радіостанції як-от «Музон» ([www.muzon.com](http://www.muzon.com)), «Ненаше радіо» ([www.nenashe.com](http://www.nenashe.com)).

te.ua), «Галактика» (www.galaktika.kiev.ua) тощо» [2, с. 323].

Третім, але не останнім ЗМІ за параметром важливості є *Інтернет-преса*. Основна перевага – широкодступність. Мережеву версію практично будь якої газети можна знайти там. Це про стимулювало створення великої кількості інтернет-видань. Але одна з основних проблем ґрунтується на тому, що інтернет-версія видання – це заміна паперового носія була принципово необхідна у ХХІ столітті на електронний. Створення сайту, безперспективний шлях лише тоді, коли самі медіа не простимульовані у розвитку ЗМІ та процесу комунікації. Варто зазначити, що саме український сектор мережі є прикладом інтернет-аналогів. Але разом із тим не варто списувати з рахунків паперові газети, які досить стабільні на ринку медіа.

Інтернет-пресу розподіляється на дві центральні групи – інтернет-газети й інтернет-журнали.

Інтернет-газети, або видання нині термін широкого ужитку. Наприклад, «Google» реагує на побідний запит «інтернет-газета», видає близько 7867 сайтів, що вживають таке словосполучення. До найуживаніших українських сайтів, що визначають себе як інтернет-газети, належать: «ForUm», «Дзеркало тижня», «Версии.com», «Мама.юа», «ТАК!», «Вголос», «Обозреватель. ua» тощо.

Інтернет-журнали – явище набагато рідкініше, яке реалізоване в нашому медіапросторі приблизно обсягом 830 посилань. До них можна віднести: «Новий український огляд (www.nuo.org.ua)», «Нового українського огляду», «Мій малюк», «Кроша», «Платформа», «MOLODI. IN.UA», «Наталі» тощо.

Суміжними рисами, але не повністю спільними можна назвати такі:

- 1) перевага аналітичних доводів;
- 2) наявність художньо-публіцистичних жанрів у новинній інформації;
- 3) системна періодичність.

Недійний простір України також окреслено низкою сайтів, що відрізняються потужною оперативністю. Наприклад, це «Кореспондент.net» (www.korespondent.net) або «Новини України» (www.novyny.org.ua) etc. Інформаційне оновлення тут відбувається подібно до інформаційних агентств – раз на годину мінімум. За аналогією

до їх функціонування вони більше відносяться до комунікаційного режиму офф-лайн, наприклад, кризь призму реалізації дайджестовість або орієнтування на широке коло споживачів, чи контент-наповнення сайтів інших редакцій.

На думку О. Коцарева, така група сайтів мусить бути визначена як «новинарні сайти, що в оперативному режимі (не менш одного поновлення на годину) збирають, препарують і поширюють масову соціально значущу здебільшого друковану інформацію про події та явища суспільно-політичного, економічного і культурного життя в матеріалах переважно інформаційних жанрів. Фактично такі сайти містять головно друковану інформацію, проте в перспективі О. Коцарев не вбачає жанрових перешкод для активного використання в них аудіо- й аудіовізуальної інформації, а відтак не відносить новинарні сайти до друкованих інтернет-ЗМІ [2, с. 323]. Як бачимо, сучасні науковці все більше вдаються до трактацій та класифікацій, Описів інтернет-сайтів як провідної комунікаційної платформи.

**Висновки.** Українська інтернет-журналістика як феномен починає етап свого становлення в період з 1994 року, беручи своє коріння від американських щоденних газет, які всередині 90-х років минулого століття почали підключатись до мережевих серверів та захоплювати електронну сферу комунікації.

Сьогодні інтернет-журналістика неупинно розрину свої обрії, формуючи нові категорії, новітні підходи до формування комунікаційно процесу та інформаційного поля, відшукуючи нові формати видання та підкорення електронної інформаційної площини. Варто наголосити, що підкорення вершин інтернет-журналістики за стандартами друкованих ЗМІ є принципово неможливим. Обумовлено це тим, що першочергово кількісно відрізняється аудиторія, по-друге, мережа потребує докорінно іншого стилю, тобто інформаційної адаптації для сприйняття кризь призму екрану.

Аналізуючи вищеописане, ми вбачаємо серйозну необхідність для подальших наукових розвідок у тому, що існує низка прогалин в історичному дослідженні розвитку саме української інтернет-журналістики. Дослідженню появи сайтів, мереж, порталів у єдиному хронологічному порядку, що допоможе структурувати процес появи та функціонування мережевої журналістики з позиції інформаційного народження та наповнення.

**Список літератури:**

1. Данилюк А. Інтернет як засіб інтеграції традиційних ЗМІ в Україні URL: <http://lnu.edu.ua/mediaeco/zurnal/N2/Mediaosvita/internet-zasib.htm>.
2. Коцарев О.О. Типологія Інтернет-ЗМІ. Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Сер. Филология. 2006. Т. 19. № 5. С. 321.
3. Питак Т. Тенденції розвитку електронних видань: історія, сучасність, перспектива // Культурологія в НаУОА. URL: <http://kulturolog.org.ua/i-conference/2013-/687-pytak.html>.
4. Чабаненко М.В. Інтернет-ЗМІ як складова частина системи засобів масової інформації України. Запоріжжя: ЗНУ, 2011. 183 с.
5. Чабаненко М. Що відомо і що невідомо про перші українські сайти. URL: <http://www.telekritika.ua/internet/2008-04-16/37855>.

**СТАНОВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛИСТИКИ В УКРАИНЕ:  
СПЕЦИФИКА, УСЛОВИЯ, РАЗВИТИЕ**

*В статье сделана попытка анализа исторического развития современной интернет-журналистики в Украине. Исследованы условия становления и специфика развития интернет-журналистики в Украине за период 1990-х годов до 2010 года. Проанализированы ряд сайтов с позиции и хронологии, систематизированы взгляды современных ученых на процесс зарождения отечественной сетевой журналистики как ведущего вида коммуникации. Освещено существование сетевых СМИ с распределением их на виды, а именно: печатные, телевизионные и радио с описанием их специфики. Дана характеристика специфике сетевых современных средств массовой информации, и освещены самые популярные современные онлайн-СМИ.*

**Ключевые слова:** интернет-издание, интернет-портал, сайт, интернет-журналистика, основные этапы развития.

**THE FORMATION OF INTERNET JOURNALISM IN UKRAINE:  
THE SPECIFICITY, CONDITIONS AND DEVELOPMENT**

*The article attempts to analyze the historical development of modern Internet journalism in Ukraine. The conditions of formation and specificity of the development of Internet journalism in Ukraine for the period of 1990 till 2010 have been investigated. A number of sites have been analyzed from the standpoint of its chronology, and somewhat systematized the views of modern scholars on the process of the birth of domestic network journalism as a leading form of communication. The existence of network media with their distribution into types is highlighted, namely: printed, television and radio with a definition of their specifics. We characterized the specifics of the network of modern media, and highlighted the most popular contemporary online media.*

**Key words:** Internet publication, Internet portal, site, Internet journalism, main stages of development.