

МІСЬКА ІНТЕРНЕТ-ГАЗЕТА ЯК ЕЛЕМЕНТ СУЧАСНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ

Стаття присвячена огляду сучасних інформаційно-комунікаційних процесів та аналізу поняття «нові медіа» на прикладі міської інтернет-газети The Village Україна.

Ключові слова: вебгазета, засоби масової інформації, інтернет-газета, медіа-ринок, нові медіа, онлайн-медіа, цифрові технології

The article is dedicated to the review of modern information and communication processes and the consideration of the concept of "new media" using the example of the urban online newspaper The Village Ukraine.

Keywords: online newspaper, mass media, internet newspaper, media market, new media, online media, digital technologies

Кінець ХХ століття ознаменувався початком нового етапу розвитку засобів масової інформації. У світ вже звичних паперових та телевізійних джерел увійшло поняття «нові медіа». Електронні ЗМІ зробили доступними нові види репрезентації даних, почали використовувати цифрові технології виробництва і поширення інформації, встановили нову модель комунікації «від багатьох – багатьом» і таким чином пришвидшили час надходження новини до аудиторії [3].

Актуальність вивчення сучасних тенденцій розвитку соціальних медіа полягає у тому, що з кожним роком збільшується кількість нових видів ЗМІ, розширюється аудиторія та засоби впливу на неї. Водночас такі стрімкі процеси зумовлюють недостатню дослідженість явища нових медіа. Феномен виникнення і розвитку електронних засобів масової комунікації розглядали у своїх працях Дж. М. Маклеод, М. Маклюен, Л. Фрідленд, С. Гуревич, М. Житарюк та ін.

У час розквіту нових медіа традиційні види ЗМК почали втрачати популярність. З 2000-х років і дотепер спостерігаємо негативні тенденції у газетній індустрії. Дослідження GlobalLogic, проведене у 2021 році до Дня журналіста, демонструє зменшення кількості читачів друкованих видань в Україні на 74%. Водночас зазначається, що близько половини українців читають онлайн-медіа, а основним джерелом інформації для 60% наших співгромадян є соціальні мережі [1].

Аналогічний стан газетного ринку і в інших країнах. Прикладом цього є суттєві скорочення New Orleans Ньюхаузом, масові закупівлі газет Уорреном Баффетом та передача гіперлокальних новин Journatic у США. Американський колумніст із The New York Times Девід Карр ще у 2010-х рр. помітив серйозні фінансові труднощі, з якими стикається газетна галузь. У своїй колонці «Media Equation» журналіст висвітлив проблему недофінансування сотнями мільйонів доларів пенсійних фондів таких великих газетних мереж, як Gannett і McClatchy [4].

Такі події на світовому ринку ЗМІ сприяли розвитку електронних медіа. З-поміж них можна виокремити блоги, мережі мініблогів, акаунти у різних соціальних мережах (Facebook, Instagram, Twitter, Tumblr тощо), онлайн-медіаплеєри, мережеві радіо- та фотосервіси, а також портали громадянської журналістики.

Одним із різновидів нових медіа є інтернет-газета або вебгазета. Цей тип ЗМІ може бути як окремим проектом, так і онлайн-версією традиційного періодичного видання [6]. Відмінність із блогами полягає в тому, що редактори онлайн-медіа послуговуються чинним законодавством про ЗМІ, дотримуючись при цьому принципів та стандартів журналістики. У свою чергу, блоги є вільним вираженням думки автора (авторів) і можуть не відповідати категоріям доброчесності, достовірності, неупередженості тощо.

Лектор з цифрових ЗМІ Університету Ланкастер Роберт Гутше зазначав, що загальнонаціональні медіа при висвітленні регіональних новин часто використовують узагальнені дані, стереотипні уявлення та уникають контексту [2]. На відміну від них, місцеві вебгазети містять переважно локальні новини, які публікуються разом з іншою важливою інформацією загальнодержавного або міжнародного рівня.

У сегменті місцевого інформаційно-комунікаційного ринку активно працює міська інтернет-газета The Village Україна. Видання The Village в Києві з'явилося у серпні 2011 року як частина медіахолдингу Look At Media. Перший час у штаті української редакції були лише дизайнер, фотограф та редактори. Замість штатних журналістів газета співпрацювала із позаштатними авторами та відкритими джерелами. Згодом редакція зросла до шести штатних працівників і проіснувала у такому складі до вересня 2013 року, коли головний редактор Євгеній Сафонов повідомив про останній робочий день газети. Причиною закриття стала нестабільна ситуація на українському медіа-ринку.

У 2017 році інтернет-газета відновила діяльність вже за франшизою, права на яку придбала рекламна агенція-партнер холдингу «Апрель-медіа». Основною темою видання стали цікаві історії з життя міста та його мешканців, які доповнювалися актуальними подіями місцевого, загальнодержавного та світового значення.

Структуру The Village Україна складають 9 рубрик: «Новини», «Місто», «Бізнес», «Їжа», «Стиль», «Культура», «Знання», «Діти» та «Подкасти». Окрім цього, газета регулярно публікує спецпроекти, які часто komponують з комерційною рекламою. Вдалим прикладом є цикл матеріалів «Київ як антистрес», створений спільно з ЖК FJORD. Матеріали належать до жанру лонгрід та містять історії містян, коментарі експертів, фото, відео, художні ілюстрації та аудіозаписи, які допомагають читачеві відчути атмосферу міста та ближче познайомитись з різними районами столиці.

До початку російського повномасштабного вторгнення в Україну переважна більшість матеріалів The Village Україна стосувалися культурних та мистецьких подій Києва, містили огляди дизайну інтер'єрів, звіти з фестивалів, інформацію про відкриття нових закладів, рекомендації щодо фільмів, книг і вистав, а також – інтерв'ю з власниками місцевого бізнесу, стартаперами, митцями та інфлюенсерами.

Однак після 24 лютого 2022 року редакція газети суттєво збільшила кількість соціальних матеріалів. Кожна з рубрик була адаптована під актуальні потреби читачів: де отримати безоплатну психологічну підтримку, яким чином говорити з дітьми про війну та тривожність, як харчування впливає на стан здоров'я переселенців і людей у прифронтовій зоні, які бренди працюють і донатять ЗСУ тощо. З'явилась нова рубрика – «Воєнні злочини», наразі в ній розміщено 11 матеріалів.

У перший день широкомасштабного вторгнення редакція The Village Україна сконцентрувала увагу на новинних матеріалах, публікації почали випускати цілодобово. З 24 лютого вийшло 53 новини, з-поміж яких 14 присвячені ситуації у Києві та регіоні: закриття аеропортів, місця військових зіткнень, інформація щодо роботи комунальних закладів столиці, перелік місць, де можна набрати питну воду у разі припинення централізованого водопостачання. Крім того, інтернет-газета розміщувала інструкції щодо дій населення під час артилерійського обстрілу, поради МЗС тим, хто не встиг повернутися у країну до закриття неба, звернення поліції та Держприкордонслужби. Видання адаптувалося до нової реальності та виконувало функцію інформування та координування населення.

Станом на вересень 2022 року в газеті The Village Україна знову з'явилися матеріали про архітектуру міста, нові заклади харчування та українські бренди одягу. Однак більшість матеріалів висвітлюють крізь призму війни. Наприклад, героєм інтерв'ю від 14 вересня є 21-річна мешканка Ізюма Анастасія, яка пережила окупацію та чекає хлопця, який потрапив у полон на заводі «Азовсталь». У темі «Власний досвід» зібрані історії українок, які вимушені були емігрувати в інші країни. Рубрика «Здоров'я», окрім

інформації про необхідні щеплення та майндфулнес-практики, публікує поради щодо саморегуляції, донорства та дій у разі аварії на ЗАЕС.

Отже, сучасний інформаційний простір зазнав суттєвих змін внаслідок процесів цифрової трансформації. Традиційні мас-медіа поступилися електронним ЗМІ, які зробили новини більш доступними споживачам. Представником таких локальних нових медіа є міська інтернет-газета The Village Україна. Функціонуючи на різних інтернет-платформах (Facebook, Instagram, RSS, Twitter та офіційний сайт), видання не лише висвітлює життя Києва та його мешканців, а й оперативно реагує на зміни у суспільному та політичному житті країни та світу. Дев'ять великих рубрик допомагають всебічно розкривати аспекти життя сучасного українця. Газета виконує комунікативну, культурно-освітню, рекламно-довідкову та рекреативну функції, відповідаючи потребам своїх читачів.

ЛІТЕРАТУРА:

1. За 6 років кількість читачів друкованих видань в Україні зменшилася на 74%. URL: <https://www.globallogic.com/ua/about/news/printed-media/>.
2. Gutsche R. E. News Place-making: Applying «Mental Mapping» to Explore the Journalistic Interpretive Community. *In Visual Communication*. 2014. С. 490.
3. Lister M., Dovey J., Giddings S., Grant I., Kelly K. *New Media: A Critical Introduction*. Taylor & Francis. 2009. С. 9–35, 222–229.
4. McChesney R. W. *Digital Disconnect: How Capitalism is Turning the Internet Against Democracy*. The New Press. 2013.
5. Данько-Сліпцова А. Нові медіа: історія, типологія. *Український науковий журнал "Освіта регіону"*. 2014. № 1–2. С. 80–85.
6. Стройко І. Нові медіа та тенденція розвитку авторського права та суміжних прав в Україні та світі. *Часопис Київського університету права*. 2021. №1. С. 227–233.

Рекомендує до друку науковий керівник доцент Соломахін А.Ф.