МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

МАУП

ISSN 3083-6557 print

НАУКОВІ ПРАЦІ МАУП

Гуманітарні та соціальні науки: сучасні тренди й виклики

Випуск 2 (49), 2025

Київ
2025

Оксана МЕЛЬНИК
Особливості жанрової системи та дизайн-макетів сучасних українських ("Elle" і "Marie Claire") та американських ("Cosmopolitan" і "The Daily Front Row") жіночих журналів *135*

Валерія НІЦЕВИЧ
Концепція та дизайн-макет жіночого журналу про моду "RHYTHM" *142*

Анна ПАНЮШЕВА
Специфіка висвітлення проблеми безпритульності тварин у сучасних зарубіжних журналах ("AWI Quarterly" та "Animal Welfare") *148*

Діана САДУЛЛАЄВА
Сучасні українські ("Краєзнавство", "Локальна історія") та зарубіжні ("Kultura wsi", "Osorya") краєзнавчі журнали: порівняльний аспект *152*

Євгеній СІРИЙ
Сучасний спектр інтернет-медіа культурної проблематики *158*

Міхаіл СУТКОВИЙ
Вплив журналістики на суспільство: філософське осмислення користі та шкоди *162*

Ганна ХОЛОД
Специфіка ігрових елементів у друкованому журналі "TOTAL FILM" за 2005 рік *168*

Олександр ХОЛОД
Роль журналістики Китайської Народної Республіки в збереженні культурної ідентичності та політичного контролю *172*

ПСИХОЛОГІЯ В КОНТЕКСТІ СОЦІАЛЬНИХ ЗМІН: НОВІ ПІДХОДИ Й МЕТОДИ

Вікторія КАРЦЕВА
Несвідомі психологічні механізми та свідомі стратегії збереження психічної цілісності особистості в умовах соціальних та життєвих змін *179*

Яна ОЧЕРЕТЯНА
Психологічна безпека студентської молоді в умовах цифрової трансформації *184*

Кіра РУДЕНКО
Особливості формування посттравматичного зростання особистості в умовах тривалої військової агресії *190*

СОЦІАЛЬНІ НАУКИ В МЕДИЧНІЙ ПРАКТИЦІ: ПСИХОЛОГІЯ ТА КОМУНІКАЦІЯ В СТОМАТОЛОГІЇ

Юлія ЯКИМЕЦЬ
Соціальні науки в медичній практиці: психологія та комунікація в стоматології *194*

Євгеній СІРИЙ
здобувач вищої освіти ІІ курсу магістратури МАУП
за спеціальністю "Журналістика"

Науковий керівник:
***Світлана БОЙКО**, кандидат політичних наук,*
доцент кафедри політології та журналістики МАУП

СУЧАСНИЙ СПЕКТР ІНТЕРНЕТ-МЕДІА КУЛЬТУРНОЇ ПРОБЛЕМАТИКИ

Журналістика сучасного інтернет-простору суттєво відрізняється від традиційної. Інформаційна інтернет-конкуреція провокує активну боротьбу за увагу аудиторії, тому важливим аспектом стає спосіб подання тієї чи іншої інформації. Зважаючи на різноплановість користувачів інтернет-простору, головним все ж залишається зміст повідомлень. Тому спосіб подачі та зміст передбачають постійну взаємодію з цільовою аудиторією, вивчення її як об'єкта та рівноправного учасника діалогу. На думку С. Даниленка, мережева журналістика в умовах новітніх комунікацій повинна бути "журналістикою співучасті"... [1, с. 27]. Стрімкий розвиток онлайн-медіа та соціальних мереж демонструє, що традиційні ЗМІ трансформуються, намагаються працювати для вибагливого споживача, формується новий вид ЗМІ. Інтернет-журналістика — це одночасно продовження традиційної журналістики та нова форма універсального мультимедіа зі своїми жанрами та способами роботи. На відміну від друкованих видань, теле- та радіо, де простежується досить чітке визначення жанрів, в онлайн-журналістиці спостерігається синтез жанрових форм. Обговорення та визначення мережевих жанрів має дещо схоластичний характер, ґрунтується на різних підходах до класифікації. У статті застосовувалися методи аналізу та синтезу, пошуковий і порівняльний.

Тому виникла потреба структурувати дослідження українських та зарубіжних науковців з метою подальшого вивчення особливостей інтернет-медіа [7, с. 56–57].

Українські дослідники досить активно та продуктивно працюють над вивченням специфіки інтернет-простору, про що свідчить зростаюча кількість досліджень щод жанрових форм інтернет-журналістики.

Межі жанрових форм інтернет-медіа є досить рухомими та розмитими, часто спостерігається поява гібридних жанрів, які не мають відповідників у паперових ЗМІ, тому що є продуктом інтернет-технологій. Аналіз наукових концепцій підтверджує, що пошук спільних ознак для класифікації жанрів в інтернеті ще триває. Український науковець А. Захарченко зауважує, що не варто використовувати традиційне визначення і пропонує модифіковане:

“жанр в інтернеті — усталений тип твору, який склався історично і відрізняється особливою комунікативною метою або способом публікації” [2, с. 27].

Жанр в інтернет-комунікації — це типова модель мовної діяльності, яка опосередкована комп’ютером і спеціальними мережами та реалізується за допомогою сталого типу тексту, або “яка володіє визначеними специфічними рисами комунікативного характеру і призначена ля реалізації окремих інтенцій користувача” [8, с. 123].

Складність розрізнення жанрів в інтернеті спровокована тим, що один і той самий журналістський матеріал є не просто текстом, а елементом гіпертексту. Гіпертекст — це особливі типи електронного тексту, які функціонують в різних жанрових форматах інтернет-комунікації. До прикладу, стандартний веб-сайт є єдиним гіпертекстовим утворенням, головним завданням якого є створення інтернет-образу певної організації, проекту, персони з інформацією про її діяльність, котру забезпечує гіпертекстуальність, мультимеійність та інтерактивність композиційних одиниць електронного контенту [3, с. 123].

Українські науковці пропонують власний підхід до типології інтернет-жанрів залежно від типу дискурсу: персональний дискурс (чати, особисті веб-сторінки, форуми, особисті блоги, електронні листи, соціальні мережі); політичний дискурс (політичні веб-сторінки, політичні чати, блоги); юридичний дискурс (веб-сторінки юридичних фірм, форуми юридично тематики); діловий дискурс (веб-сторінки фірм, інтернет-магазини); рекламний дискурс (веб-банери, рекламні електронні листи, контекстна реклама, реклама, яка з’являється); масово-інформаційний дискурс (веб-сторінки мережевих ЗМІ і новинних агентств); педагогічний дискурс (веб-сторінки закладів освіти, форуми, чати) [8, с. 190].

О. Горошко та Є. Землякова до гіпержанрів інтернет-комунікації зараховують сайт, блог, соціальну мережу, електронну бібліотеку. Відповідно групу інтернет-жанрів складає електронний лист, форум, чат, дошки оголошень, рекламні банери, комунікація за допомогою програм миттєвого обміну повідомленнями, віртуальна конференція, авторський пост і коментар [3, с. 225].

Більшість українських досліджень містять твердження, що майже усі традиційні журналістські жанри використовують в мережі, поряд з якими активно функціонують нові жанрові форми, появу котрих спровокував саме інтернет-простір.

Саме у блоговій журналістиці художньо-публіцистичні жанри стають домінуючими. У постах, як правило, синтезуються жанрові ознаки есе, огляду й нарису. У мережі інтернет існує декілька видів блогів: особисті електронні щоденники на спеціальних блог-хостингах та блоги на сайтах інтернет-ЗМІ (журналістські, читацькі та блоги гостей видання) [6, с. 102].

І. Тонкіх зауважує, що мультимедійність стає головним фактором жанрових трансформацій, тому найбільш популярними в інтернет-журналістиці можна вважати мультимедійний репортаж (або відеорепортаж), мультимедійну статтю, мультимедійне інтерв’ю та мультимедійний огляд [6, с. 99–101].

Учені М. Булаєва, А. Галустян, Д. Кульчицька також вважають лонгрід форматом, оскільки в ньому можуть знайти відображення різні жанри (репортаж, нарис, розслідування). І. Мацишина лонгрід називає самостійною формою мультимедійної журналістики [4, с. 149].

Також виділяє таймлайни — "хронологію розвитку якихось подій у форматі звичайного тексту" (можуть бути виконані як малюнок-схема у графічному редакторі та становити інфографіку); сторітелінг — "новий і одночасно старовинний спосіб донесення інформації... посідає одне з найпомітніших місць, виливаючись у великі мультимедійні матеріали, зокрема лонгріди" [7, с. 15].

А. Захарченко найпоширенішим інтернет-жанром називає замітку, "яку в наш час зазвичай називають новиною... Також достатньо поширені аналітична стаття, інтерв'ю, репортаж та авторська колонка — їх можна зустріти практично на будь-якому інформаційному веб-порталі. ...Рейтинг як жанр використовують далеко не всі видання, але популярність таких матеріалів зазвичай висока" [2, с. 25].

Художньо-публіцистичні жанри, на думку А. Захарченка, використовують видання так званої "лайфової" тематики, які публікують "розповіді про подорожі, які де-факто є подорожніми нарисами, та портретні нариси". До памфлетів він відносить тексти, насичені сарказмом і спрямовані проти політиків, які називають просто "політичним стьобом". Структура їх дещо відмінна від канонів: вони лаконічніші, емоційніші, а іронія в них часто межує з абсурдом. І лише есеї в Україні традиційно виходять під своїм "маркуванням": колонки відомих авторів, як Олександр Бойченко або Микола Рябчук, у будь-якому виданні заведено називати есеїстикою" [2, с. 29–30].

Серед візуальних жанрів А. Захарченко називає інфографіку, "яка за своєю суттю повністю відповідає потребам мережі, адже є наочним представленням інформації" [2, с. 30–31].

До нових жанрів, які зародилися в мережі, науковець зараховує блог, але зауважує: "Якщо тексти в блозі пов'язані за змістом — їх треба всі разом розглядати як єдиний твір. Відповідно, це буде перший жанр із такою назвою: інтерактивний твір, присвячений розвитку певних подій, що складається з розміщених у хронологічному порядку записів, на зміст яких можуть впливати читачі, зокрема — за допомогою коментування" [2, с. 31].

В. Шевченко зауважує, що система жанрів "формується під впливом технологій і трансформацій медіаресурсів" [5, с. 20]. Традиційні жанри журналістики у медіаконтенті поступово трансформуються. Деякі жанри (фейлетон, пародія, огляд преси) втрачають свою актуальність, інтерв'ю, коментар, есе превалюють, з'являються нові — бесіда, прес-реліз, дебати, стріми. "Конвергенція медіа спричинила конвергенцію жанрів. Жанр репортажу... значно модифікувався, отримав нові можливості подання наративного матеріалу із застосуванням відео, аудіо, слайд-шоу, інфографіки, картографії. ...авторська колонка в інтернет-виданнях прийняла форму блога" [7, с. 20]. "Система жанрів онлайн-журналістики (яка перебуває у стадії формування) — це

трансформована система класичних жанрів журналістики, яка характеризується зменшенням текстового обсягу та насиченням візуальними елементами" [6, с. 82–83].

Майже усі веб-жанри тісно пов'язані з традиційними жанрами друкованих медіа. Але їхня інтернет-форма, завдяки таким якостям, як гіпертекстуальність, мільтимедійність та інтерактивність, набуває нових привабливих та більш дієвих рис.

Класична новинна замітка, доповнена гіпертекстом, отримає новий смисл та змінить процес сприйняття новини. Інтерв'ю стане більш різноманітним та оригінальним, якщо буде доповнене ознаками інтерактивності — онлайн-бесідою інтерв'юйованого з читачами. Найбільш цікавим та затребуваним є онлайн-репортаж, який поєднав форми репортажів різних ЗМІ, вдало поєднує текстову, графічну, ауіо- та відеоінформацію.

Аналітична стаття в мережі отримала велику кількість додаткових можливостей (синтезувала ознаки різних жанрів) та отримала нову форму — мультимедійна стаття/історія (лонгрід).

Художньо-публіцистичні жанри отримали формат авторської колонки та блогів.

Нові жанри, які з'явилися в інтернеті — блоги (тревл-блоги), мікроблоги, стріми, подкасти.

Окрему групу складають візуальні жанри: інфорграфіка, демотиватори, мем/едвайс, веб-комікси, які потребують більш детального вивчення в межах журналістикознавства, адже поки деякі з них розглядаються з погляду інтернет-лінгвістики, як креолізовані тексти, або ж в межах інтернет-комунікації загалом.

Отже, жанри інтернет-журналістики інтенсивно розвиваються, взаємодіють, трансформуються та орієнтуються на багатогранність і динамічність мережевого простору й сучасного споживача інформації. Тому все-таки є потреба вироблення єдиної концепції в українській жанрології щодо групування веб-жанрів.

Джерела

1. *Даниленко С.* Громадянський вимір комунікаційної революції: Модернізація суспільних комунікацій від друкарського верстата до соціальних мереж: монографія. Київ : ІМВ, 2010. 310 с.
2. *Захарченко А.* Інтернет-медіа: інтерактивний навч. посіб. для курсу "Підтримка сайту" для студентів відділення "Видавнича справа та редагування". Тернопіль : Крок, 2014. 198 с.
3. *Зотов В. В.* Становлення інформаційно-комунікаційного середовища сучасного суспільства: соціологічний аналіз інституціональних трансформацій: монографія. Київ. держ. техн. ун-т. Київ, 2017. 246 с.
4. *Іванова О. А.* Преса про літературу: номінація, дефініція, методологія. *Наукові записки інституту журналістики*. 2008. Вип. 33. С. 29–33. URL:
5. Культура і журналістика. *Медіа пазл шоу*. 2021. 16 січня. URL: https://www.youtube.com/watch?v=7T4ewDM1v9I (дата звернення: 01.01.2021).