

Міністерство освіти та науки України  
Галицький фаховий коледж імені В'ячеслава Чорновола

Циклова комісія видавничої справи  
та медіакомунікацій

## **ДИПЛОМНА РОБОТА**

на тему:

**«Редагування новинних матеріалів у регіональних онлайн-виданнях  
(на прикладі «Тернополяни», «0352.ua»)»**

Виконала:  
студентка групи В-41  
відділення комп'ютерних та  
видавничих технологій  
Середюк Лілія Петрівна  
Науковий керівник:  
Борсук Наталя Іванівна

Оцінка\_\_\_\_\_

**Середюк Л. П. Редагування новинних матеріалів у регіональних онлайн-виданнях (на прикладі «Тернополяни», «0352.ua»).**

Дипломна робота на здобуття кваліфікації молодшого спеціаліста зі спеціальності «Журналістика». Галицький коледж імені В'ячеслава Чорновола. Тернопіль, 2022.

Дипломна робота присвячена дослідженню новинних матеріалів у регіональних онлайн-виданнях, на прикладі тернопільських інтернет-медіа «Тернополяни» та «0352.ua». Окреслено поняття «електронне видання», «онлайн-медіа», «контент», «редактор новинного сайту» та подано типологічну характеристику онлайн-видань.

У роботі проаналізовано жанрове наповнення аналізованих медіа. Визначено типові помилки в новинних матеріалах.

Здійснено редакторський аналіз журналістських матеріалів регіональних онлайн-ЗМІ «Тернополяни» та «0352.ua».

**Ключові слова:** інтернет, електронне видання, новина, редактор сайту, контент.

## **ЗМІСТ**

<b>ВСТУП.....</b>	<b>4</b>
<b>РОЗДІЛ 1. Загальні та специфічні особливості онлайн-видань.....</b>	<b>7</b>
1.1. Відмінні характеристики онлайн-медіа від традиційних.....	7
1.2. Типологія та проблема класифікації мережових медіа.....	12
1.3. Особливості функціонування жанрів в онлайн-медіа.....	15
<b>РОЗДІЛ 2. Специфіка редагування журналістських текстів в онлайн-медіа.....</b>	<b>21</b>
2.1. Особливості редагування інтернет-видань.....	21
2.2. Поширені помилки в онлайн-виданнях.....	24
2.3. Роль редактора в мережових виданнях.....	30
<b>РОЗДІЛ 3. Редагування новинних матеріалів у регіональних онлайн-виданнях</b>	
<b>.....</b>	<b>34</b>
3.1. Аналіз тернопільських онлайн-ЗМІ (на прикладі «Тернополяни» та «0352.ua»).....	34
3.2. Редагування новинних матеріалів тернопільського онлайн-медіа «0352.ua»..	
.....	40
3.3. Редагування новинних матеріалів тернопільського онлайн-медіа «Тернополяни».....	42
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>44</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>47</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>51</b>

## ВСТУП

Швидкий розвиток комп'ютерних технологій та всесвітньої мережі інтернет не могли не вплинути на розвиток ЗМІ. Це позначалося не тільки в модернізації вже існуючих засобів масової інформації, але й на появі нових та сучасних медіа — онлайн-видань.

Протягом тривалого періоду дослідники намагаються з'ясувати природу конвергентних явищ, властивих технології інтернет, сформувати цілісні уявлення про структуру та видові ознаки мережевих медіа ресурсів, зважаючи на характеристики як самої мережі, так і ЗМІ в ній.

Інтерес зумовлюється в першу чергу тим, що інтернет-ЗМІ мають більше можливостей для створення і розповсюдження цікавої для аудиторії інформації, більш різноманітного контенту, ніж друковані видання, телебачення та радіо. Традиційні мас медіа намагаються адаптуватися до нових умов. Сьогодні майже всі газети, телеканали та радіостанції мають свої електронні версії. Вони можуть мати сильний зв'язок з офлайн-виданням, дублюючи контент повністю або бути самостійним продуктом. Залежно від цього виділяють різні типи інтернет-версій. Кожен з цих типів має свої особливості [11].

Особливо помітний перехід регіональних газетних видань в онлайн версії. Майже кожна газета має свій відповідник в інтернеті. Це зумовлюється тим, що в місті, країні, світі відбувається багато суспільно-значущих та суспільно-цікавих подій, які потрібно подавати оперативно, щоб їхня актуальність не була втрачена [3].

**Актуальність дослідження.** Сьогодні відбуваються зміни у діяльності засобів масової інформації, які почали стрімко використовувати інтернет у своїй діяльності. Регіональна онлайн-преса сприяють якісному примноженню аудиторії інтернет-ЗМІ, забезпеченню зворотного зв'язку із користувачем, інтерактивності, і таким чином є важливим каналом поширення медіа-контенту. Однак у новинних матеріалах онлайн-видань, зважаючи на основну перевагу над іншими ЗМІ — оперативність у висвітленні інформації, трапляються помилки. У нашому

досліджені ми вперше редагуватимемо журналістські тексти регіональних онлайн-видань.

**Теоретико-методологічною основою** для написання роботи стали наукові праці Б. Потятиника, В. Рябічева, Т. Фісенко, І. Вишневської, Л. Масімової, М. Закусило, Д. Халілова, О. Амзіна, Л. Землянової, М. М. Колеснікової, С. Г. Машкової, С. Кузнєцової, Т. Назарук, М. М. Лукиної, К. Вардль та інших дослідників і медіа-експертів.

**Мета роботи** – проаналізувати роботу регіональних онлайн-видань та здійснити редакторський аналіз новинних матеріалів.

Для досягнення поставленої мети виділяємо наступні **завдання**:

- охарактеризувати переваги та недоліки онлайн-видань;
- дослідити типологію мережових медіа;
- охарактеризувати особливості редагування інтернет-видань;
- проаналізувати типові помилки в матеріалах онлайн-видань;
- дослідити специфіку роботи редактора в онлайн-виданні;
- проаналізувати функціонування жанрів в онлайн-медіа «Тернополяни» та «0352.ua»;
- провести редакторський аналіз новинних матеріалів онлайн-видання «Тернополяни»;
- здійснити редакторський аналіз журналістських текстів інтернет-видання «0352.ua»;

**Об’єкт роботи** — типологічна характеристика, жанрове наповнення, а також роль редактора в підготовці матеріалів в онлайн-виданнях.

**Предметом дослідження** є редакторський аналіз новинних матеріалів регіональних медіа на прикладі «Тернополяни» та «0352.ua».

**Методи дослідження.** Для опрацювання науково-теоретичної бази та визначення стану опрацювання досліджуваної теми були використанні методи аналізу, опису та узагальнення.

**Наукова новизна** полягає у тому, що вперше здійснено комплексний аналіз регіональних онлайн-видань та здійснено мовностилістичний аналіз новинних матеріалів «0352» та «Тернополяни».

**Теоретичне та практичне значення** одержаних результатів полягає у можливостях використання фактичного матеріалу, теоретичних положень та висновків у викладанні журналістських дисциплін й підготовці науково-методичної літератури, а також як рекомендації для покращення роботи регіональних онлайн-видань.

**Структура роботи.** Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, списку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг дипломної роботи становить 59 сторінок, з них основного тексту – 40 сторінок. Список використаних джерел містить 35 позицій.

## **РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНІ ТА СПЕЦИФІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ОНЛАЙН-ВИДАНЬ**

### **1.1. Відмінні характеристики онлайн-медіа від традиційних**

Прогресивний розвиток всесвітньої мережі інтернет та постійне вдосконалення комп'ютерних технологій значно вплинули на розвиток онлайн-видань. Друковані видання не встигали висвітлювати повідомлення в режимі «реального часу». На випуск газет, журналів чи інших новинних видань потрібно витрачати значно більше ресурсів.

Поступово інтернет ставав все більш доступним та швидким. Люди почали використовувати його в своєму повсякденному житті: вдома, на роботі, для відпочинку. Та все частіше люди зверталися за новинами до інтернет-видань.

«Інтернет-ЗМІ — це регулярно оновлюваний інформаційний сайт, який ставить своїм завданням виконувати функцію ЗМІ і користується певною популярністю та авторитетом (має постійну аудиторію)» [9].

Загальною особливістю новинних електронних видань є те, що вони висвітлюють подію в максимально стислий термін. Для них важливо оперативно подавати інформацію читачам. Переважна більшість інтернет-медіа оновлюють свій контент щогодини, а навіть і частіше. Кількість новин, які вони публікують щодня, доходить до сотні, а деякі інтернет-ЗМІ, перевищують і понад сотню публікацій.

Специфічною рисою інтернет-видання є те, що воно будується на гіпертекстових посиланнях. «Таким чином, читач має справу не з лінійним текстом, а з розширеним обсягом інформації» [13]. А отже, може черпати більше інформації дотичної до зацікавленої теми.

Також особливістю електронних новинних сайтів є порівняно низька собівартість.

Принципи, за допомогою яких функціонує інформаційне середовище інтернету, вважають доволі прогресивним. О. Вартанова звертає увагу на те, що «багатофункціональність інтернету, можливість поєднання в інтернет-діяльності роботи і відпочинку, комунікаційної та ділової активності дозволяють сприймати

його як прообраз високотехнологічного і, можливо, навіть більш досконалого суспільства майбутнього» [15].

Поява та швидкий розвиток інтернету значно вплинув не лише на зміни в процесі роботи журналістів, а й виокремив самостійний напрям в професії. На базі швидкої комп'ютеризації виникла новинна інтернет журналістика. «Новинна інтернет журналістика — це творча діяльність журналіста, метою якої є публікація матеріалу (новинного, оглядового) на інтернет-сайті» [2].

Таким чином, з появою інтернету та мережових ЗМІ пошук та отримання інформація стали більш доступними, аніж у традиційних друкованих ЗМІ. Люди надають перевагу швидкому одержанню інформації, оскільки ритм їхнього життя, з приходом модернізації, змінився.

Протягом усього еволюційного періоду, люди завжди прагнули бути обізнаними в усіх подіях, які відбуваються в світі. Ще до виникнення писемності люди навчилися передавати новини за допомогою спеціальних людей — гінців. Їхнє основне завдання — передати суть повідомлення жителям міста чи іншого населеного пункту в усній формі. Для цього вони вивчали текст напам'ять. Звісно, такий спосіб передачі повідомлень був не дуже ефективним.

Після виникнення писемності розвивалися інші способи передачі інформації: за допомогою поштових голубів, вивішуванням новинних оголошень на центральній площі тощо. «Згодом, у 713 році, з'явилася перша друкована газета «Ді бао», яка почала виходити в Китаї. Тут розміщували укази імператора та повідомлення про найважливіші події, які відбувалися в країні. Перша в світі газета мала досить незвичний вигляд. Ми звикли бачити газету надруковану на папері, з різними малюнками чи фотографіями. Тодішню газету «друкували» з дощок, на яких вирізали ієрогліфи, покривали тушшю і робили відбитки» [20].

Газетні видання набували все більшої популярності. Найбільше вони змінилися завдяки винаходу Йоганна Гутенберга. Він у 1450 році винайшов друкарський верстат, який полегшив роботу переписувачам текстів. Насамперед, змінилися матеріали, на яких друкували основний текст, залучалися до роботи професійні коректори та редактори, які опрацьовували новинні матеріали. В



кінцевому результаті «газета — це друковане періодичне видання з постійною назвою, що виходить через певні, короткі проміжки часу (щоденно, щотижня, кожні два тижні) у формі складених аркушів. Містить новини, оперативну інформацію та матеріали з актуальних громадсько-політичних, наукових, виробничих та інших питань, а також літературні твори, фотографії, рекламу та коментарі» [1].

Друковані ЗМІ довгий період були одним з найкращих джерел пошуку та отримання інформації. Проте, з появою інтернету, друковані медіа перейшли на другий план. Їх змінили онлайн-видання, які швидко збирали нову аудиторію.

Інтернет-видання набули швидкої популярності через те, що світ, з появою першого комп'ютера, доволі швидко механізувався. Комп'ютеризація досягла максимально високого рівня. Людство почало швидко обробляти інформацію і через те прагнуло отримувати швидко нову. Саме в цьому і є основна суть онлайн-медіа — оперативна подача нових повідомлень читачам.

Очевидно, що сучасні онлайн-медіа мають чимало переваг над звичними друкованими виданнями. Однак, зупинимося спершу на недоліках. Перевагою друкованого видання є його зручність використання. Тобто, читати газети чи журнал можна в будь-якому місці: в поїздах, метро, вдома, в горах тощо. Онлайн-медіа тут поступаються місцем традиційним. Якщо у вас немає мобільного зв'язку, інтернету чи ваш мобільний пристрій або комп'ютер не заряджений, то відвідати новинний сайт не зможете. Також в друкованому виданні, на відмінну від електронного, читач отримує повний комплект інформації. Яскравим прикладом може бути те, що коли новину друкують в газетах, то вона є максимально повною та закінченою. В інтернет-ЗМІ часто публікують подію, не знаючи всіх деталей. Така публікація супроводжується подальшим текстом «Продовження новини читайте згодом». «Також в друкованих ЗМІ «інформація всіх категорій уміло скомпонована» [3].

Перевагами онлайн-медіа є те, що воно доступне для усіх охочих користувачів незалежно від їхнього місця проживання. Вам не потрібно передплачувати видання. Достатньо доступу до інтернету й ви зможете читати новини з усього світу, а не лише обмежуватися локальними медіа, які попередньо передплатили. Також в

інтернет-виданні можна швидко знайти схожі за змістом новини чи ті новини, які цікавлять саме вас. Звідси випливає доволі зручна функція інтернет-видань: вам автоматично будуть «підкидати» цікаві для вас новини, оскільки є можливість врахувати ваші потреби та уподобання. Це називається «персональним підходом» [17].

Фрагменти повідомлень можна із легкістю використовувати для своєї діяльності: копіювати, виділяти, переробляти, підкреслювати. Однією з найбільших переваг є те, що ви можете ознайомитися із онлайн-медіа, не купуючи його. Вам не потрібно платити чи переплачувати номери газети чи журналу. Достатньо тільки ввести в пошуку назву потрібного вам новинного сайту і ви матимете можливість почитати матеріали, які опублікуванні на сайті.

Ще однією значною перевагою онлайн-медіа є те, що воно не прив'язане до часу та простору. Новинні повідомлення публікуються в будь-яку пору дня. У традиційних медіа навпаки: там все залежить від періодичності випуску видання.

Суттєвою особливістю онлайн-медіа є те, що за допомогою спеціальних лічильників відвідувань, можна швидко визначити популярність того чи іншого новинного повідомлення. Це дає змогу працівникам редакції зробити правильний акцент на ті матеріали, які будуть читати користувачі.

Також перевагою інтернет-видань є те, що для випуску не потрібен друк накладу. Сама це дозволяє економити кошти на матеріалах, фарбах та усіх необхідних поліграфічних засобах, які є необхідними для друку традиційних видань. Також звідси випливає ще одна сильна сторона онлайн-ЗМІ — це можливість виправити допущені при наборі повідомлення помилки. В друкованому виданні — це неможливо.

Новинні матеріали в онлайн-медіа відрізняються від повідомлень в друкованих ЗМІ. Так, в інтернет-медіа можна подавати текст статей без суворого контролю щодо його обсягу. В друкованих виданнях це все строго контролюється, оскільки в газетах чи журналах чітко обумовлюється кількість друкованих знаків.

Також в онлайн-виданнях текст можна доповнювати фотографіями, відео- чи аудіоматеріалами. Ці додаткові матеріали дають можливість більш широко та повно розкрити суть новини.

«Електронні видання дають можливість контактувати зі своїми читачами та одразу ж отримувати зворотній зв'язок від користувачів їхнього сайту. Комунікація у мережевих засобах масової інформації має кардинально інший вигляд, аніж у друкованих теле-, чи радіо ЗМІ. Є певна класифікація, яка наглядно показує відмінність комунікації інтернет-видань зі своїми користувачами. Її розробила І. Д. Фомічова. Вона вирізняє наступні моделі комунікації в онлайн-медіа:

- Однобічна комунікація.

Це комунікація з дуже високим контролем з боку одержувача конкретної інформації. Його активність проявляється як певний запит на необхідну йому інформацію.

- Двобічна комунікація.

Має високий рівень контролю з боку користувача: полюси спілкування не відрізняються за різними функціями «відправник-одержувач» а, навпаки, має взаємооборотність ролей, можна сказати, що це така рівноправна участь в обміні інформацією.

- Однобічна комунікація з розподілом функцій відправника та одержувача.

Тут здійснюється низький контроль з боку одержувача; це все подається у вигляді монологів.

- Двобічна комунікація у діалогічній формі.

Низький рівень контролю з боку одержувача. Тут є можливим відгук з боку одержувача» [19].

Звернемо увагу на те, що в мережевих виданнях є вбудований пошук. Він полегшує користувачам пошук потрібних для них матеріалів. Їм не потрібно листати сторінки чи шукати потрібний їм заголовок серед інших, як у традиційних

друкованих ЗМІ, а достатньо ввести ключові слова, за допомогою яких можна знайти статтю.

Звісно, що ці два види ЗМІ є вагомими для людства, незважаючи на їхні недоліки. Традиційні друковані ЗМІ тривалий час трималися першими та були авторитетним джерелом пошуку та одержання інформації. Проте з часом світ став більш модерним. Тому засобам масової інформації також довелося призвичаїтися до нових світових тенденцій. Вони поступово розпочали розвивати новий вид ЗМІ — електронні видання, які зуміли посісти значне місце серед джерел одержання інформації і мають чимало переваг.

## **1.2. Типологія та проблема класифікації мережевих медіа**

На просторах всесвітньої мережі інтернет, існує безліч різноманітних онлайн-видань. Всі вони є досить різними за своїм наповненням, типом та структурою. Досить складно було розробити єдину типологію для мережевих медіа. «Труднощі розробки їхньої типології пов'язані з тим, що для цього необхідно відрізняти інтерне-ресурси з журналістським контентом від всіх інших, а також веб-видання від традиційних ЗМІ. Усе, що розміщено в мережі, є інформацією, призначеною для аудиторії, тому межі між журналістським і нежурналістським текстом стають досить розмитими» [17].

Єдиної, загальноприйнятої типології електронних видань немає. Над розробкою типології мережевих видань працювали такі науковці та вчені як: І. М. Артамова, О. І. Аكوпова, О. А. Калмикова, Л.О.Коханова, О. А. Грабельнова, Ю. В. Костигова. «Більшість авторів зазначає, що будь-яка типологія має бути перевірена на практиці. Це й унеможливорює виокремлення однієї головної класифікації, адже інтернет-ЗМІ постійно видозмінюються у відповідь на розвиток і розширення кордонів мережі інтернет» [22].

Одну із найпоширеніших класифікацій типологічних ознак мережевих видань розробила Ю. В. Костигова. «Вона поділила онлайн-видання за такими ознаками:

- За ступенем професійності:
  - А) професійні;

- Б) аматорські.
- За критерієм доступу до читачів:
  - А) загальнодоступні;
  - Б) з обмеженим доступом.
- За частотою оновлення:
  - А) регулярно оновлюванні;
  - Б) нерегулярно оновлюванні;
  - В) оновлювання в міру надходження інформації.
- За методом розповсюдження інформації та формою організації:
  - А) сайти;
  - Б) розсилки;
  - В) змішані видання.
- За формальними, функціональними, стильовими ознаками, характером відображення та соціальною орієнтацією:
  - А) якісні\елітарні;
  - Б) масові\популярні
  - В) змішані\якісно-масові» [22].

Вчений О. А. Грабельников розробив типологію на основі інших типологічних ознак. «Він виокремив три види інтернет-ЗМІ:

- Суто мережеві.

Це ті ЗМІ, які функціонують лише в інтернеті і не мають друкованого варіанту.

- Паперово-мережеві.

Це друковані ЗМІ, які мають також свій електронний варіант.

- Мережево-паперові.

Це мережеві ЗМІ, які випускаються також у друкованому варіанті, проте існування в інтернеті є первинним і головним» [22].

«М. М. Лукіна своєю фундаментальною класифікацією пов'язала мережеві ЗМІ з неелектронними версіями видань:

- Еквівалентні копії традиційних ЗМІ чи їх електронні версії.
- Модифіковані онлайн-версії друкованих ЗМІ.

Вони виникли на основі своїх прототипів, але не копіюють їх, а здійснюють власну інформаційну політику.

- Медіа проєкти, які виникли в мережі і не мають офлайн-прототипів.

За різними принципами одразу декілька класифікацій розрізняють такі науковці: О. А. Калмиков, Л. О. Коханова. «По-перше, вони співвідносять інтернет-ЗМІ із наявністю в них друкованих версій:

- Клони мережових видань.
- Видання, що існують тільки в інтернеті.
- Змішані видання» [12].

Але, подана вище класифікація не вважається повною та вичерпною. Це зауважують самі науковці. Друга їхня типологічна класифікація будується за принципом подібності інтернет-ЗМІ до мережових видань. «Вона виглядає так;

- Інтернет-газета.
- Інтернет-журнал.
- Інтернет-радіо.
- Інтернет-телебачення.
- Спеціалізовані інформаційні агентства» [22].

Отже, мережеві медіа є надзвичайно специфічними, якщо їх порівнювати із телебаченням, радіо та друкованою пресою. Цей вид засобу масової інформації приніс із собою безліч нових змін, якостей та принципів. Всесвітня мережа інтернет дає змогу подати інформацію максимально швидко, мультимедійно, з використанням гіпертекстуальності, при цьому враховуючи бажання та вподобання аудиторії.

Типологія мережових видань не є однозначною. Кожен дослідник розрізняє їх по-іншому. Але потрібно розуміти, що типологія таких видань і не може бути однаковою, оскільки даний тип ЗМІ не є повністю дослідженим та змінюється з кожним новим відкриттям, пов'язаним із комп'ютерами та інтернетом.

### **1.3. Особливості функціонування жанрів в онлайн-виданнях**

Жанри, які використовуються в інтернет-журналістиці, відрізняються від звичної нам традиційної журналістики. Оскільки, в мережевих медіа є більше можливостей для розвитку нових жанрів. В інтернет-журналістиці гармонійно поєднується надбання традиційної, друкованої журналістики та нова форма медіа зі своїми загальними та специфічними ознаками та особливостями.

Очевидною різницею інтернет-ЗМІ від друкованих видань, тележурналістики та радіо є те, що тут досить складно визначити жанри. В звичних для нас засобах масової інформації вони, навпаки, дуже чітко визначаються та проявляються.

Багато зарубіжних й українських науковців та дослідників приділяють багато часу вивченню особливостей жанрів інтернет-медіа.

Різноманіття видів веб-жанрів у своїх роботах та наукових працях досліджують такі вчені як: А. Захарченко, В. Шевченко, О. Градюшко, Є. Коханов, І. Мацишина, О. Колесніченко, М. Чабаненко, Л. Щипіцина.

Часто в мережевих виданнях можна побачити появу, так званих, «гібридних жанрів», які не зустрічаються в друкованій пресі. Їхня поява зумовлюється тим, що жанрові форми онлайн-медіа є досить нестійкими, розмитими та легко піддаються змінам.

Російська дослідниця К. Пав звертає увагу на те, що «веб-жанр є універсальним для позначення всіх журналістських текстів, які розміщені в інтернеті» [27]. Проте, український вчений А. Захарченко, не розділяє її думки. Він каже: «жанр в інтернеті — усталений тип твору, який склався історично і відрізняється особливою комунікативною метою або способом публікації» [13].

Визначення, яке часто можна побачити в підручниках із журналістичнознавчих дисциплін, звучить так: «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 для реалізації окремих інтенцій користувача”» [1].

Велика кількість українських вчених твердять, що велика частина традиційних жанрів журналістики використовується в мережі, поруч з якими активно функціонують й нові жанрові форми. Їхню появу зумовив той самий інтернет-простір. Наприклад, І. Тонкіх впевнений, що «усі без винятку інтернет-видання публікують новини-хроніки; у більшості видань є репортажі, переважно мультимедійні, також бліц-опитування й інформаційні інтерв'ю. Натомість жанр звіту використовують нечасто. Серед жанрів аналітичної групи переважають коментарі, огляди та статті, тоді як рецензії та кореспонденції можна знайти лише у спеціалізованих виданнях або тільки у деяких тематичних рубриках. Художньо-публіцистична група представлена переважно малюнками та есеями, зрідка використовуються замальовки, а фейлетонів чи памфлетів немає взагалі» [6].

Також, І. Тонкіх каже, що «мультимедійність стає головним фактором жанрових трансформацій, тому найбільшої популярності набувають мультимедійні репортажі (або відеорепортаж). Також популярними є мультимедійні статті, мультимедійні інтерв'ю та мультимедійний огляд. Ще Тонкіх зауважує, що замість поняття “мультимедійна стаття” можна вживати термін “мультимедійна історія” або “лонгрід”. Проте, він стверджує, що це швидше формат, а не жанр, у якому можуть синтезуватися різні журналістські жанри і поєднуватися вербальний та візуальний контент, а також елементи дизайну» [6]. Такі вчені як А. Галустьян, Д. Кульчинська та М. Булаєва також розділяють позицію І. Тонкіха. Вони вважають, що «лонгрід також є форматом, оскільки в ньому можуть знайти відображення різноманіття жанрів (нарис, репортаж, розслідування). І. Мацишина називає лонгрід самостійною формою мультимедійної журналістики» [13].

Також є науковці, які не погоджуються із твердженням, що лонгрід є тільки формою, а не окремим жанром. Наприклад, М. Чабаненко вважає, що «лонгрід є багатогранним жанром інтернет-журналістики, розрахований на перегляд, перш за все, з гаджетів із сенсорними дисплеями; різновид інтернет-публікацій, цікава мультимедійна розповідь великого розміру» [31]. Ще М. Чабаненко вирізняє таймлани. «Таймлани — це хронологія розвитку якихось подій у форматі



звичайного тексту». Це, наприклад, можуть бути таймлани у формі малюнків-схем, які виконані в графічному редакторі [23].

Деякі вчені, такі як О. Градюшко, О. Колесніченко й М. Менчер, відносять «лонгрід до аналітичного жанру та порівнюють його із аналітичною статтею. Проте, вони акцентують на його більшій наочності подачі інформації, за рахунок використання різноманітних прикладів та репортажних вставок, які сприяють збагаченню та полегшенню сприйняття об'ємного новинного повідомлення» [6].

Жанр, який часто можна побачити на просторах мережевих видань, є замітка. Як не дивно, що і тут, так і в друкованій пресі, замітка є одним із найпоширеніших журналістських жанрів. А. Захарченко каже, що «замітку, в наш час, називають просто новиною. На його думку, в онлайн-виданнях часто можна зустріти аналітичну статтю, інтерв'ю, репортаж та авторську колонку. Рейтинг, як жанр, використовують далеко не всі мережеві медіа, але популярність таких матеріалів є досить високою» [6].

Жанр інтернет-видання, який не часто можна побачити в друкованих ЗМІ — компілятивна стаття. Захарченко каже, що «це є досить незвичним веб-жанром. Він є різновидом аналітичної статті, який часто практикується саме в інтернет-виданнях невеликим штатом. Тобто, якщо є добірка новин з однієї теми, то їх комплектують у зв'язаний підсумковий текст, доповнюють його коментарями експертів та дають короткий аналіз або узагальнюють ситуацію» [6].

В онлайн-виданнях також можна побачити художньо-публіцистичні жанри. Але вони відрізняються від традиційних художньо-публіцистичних жанрів, які можна зустріти в друкованій періодиці. А. Захарченко каже, що в інтернет-ЗМІ існують видання «лайфової тематики». Такий вид онлайн-видань публікують «різні розповіді про подорожі, які, де-факто, є подорожніми нарисами. Інколи зустрічаються портретні нариси. Звичні памфлети зображають у вигляді текстів, які насичені сарказмом та іронією. Найчастіше вони спрямовані на висміювання політичних партій чи діячів, і мають своєрідну назву “політичні стьоби”. Їхня структура відрізняється від традиційних памфлетів: вони лаконічніші, емоційніші, а іронія часто межує із повним абсурдом» [28].

Також виділяють візуальний жанр в мережових виданнях. Цей своєрідний жанр має назву «інфографіка». А. Захарченко називає її «інфографікою, яка за своєю суттю повністю відповідає сучасним вимогам мережі, адже є наочним способом представлення інформації, яка публікується на новинних онлайн-сайтах» [6].

Проте, звичні журналістські жанри дещо диференціювалися. Наприклад, такі інформаційні жанри як: інтерв'ю, коментар та есе превалюють. Починають з'являтися нові — прес-реліз, дебати, стріми (прямі трансляції), бесіди. «Конвергенція медіа спричинила за собою й конвергенцію журналістських жанрів. Жанр репортажу значно модифікувався: він отримав нові можливості подання наративного матеріалу із застосуванням аудіо-, відеоматеріалів, інфографіки, картографії чи різних слайд-шоу. Авторська колонка набула вигляду блогу» [18].

Визначення системи жанрів інтернет-журналістики є таким: «Система жанрів онлайн-журналістики ( на разі перебуває у стадії формування) — це трансформована система класичних жанрів журналістики, яка характеризується зменшенням текстового обсягу та насиченням візуальними елементами» [1].

Найчастіше в мережових медіа зустрічаються із таким типом структури, як пірамідальна. Вона відповідає основним вимогам новинної журналістики: оперативність, лаконічність та релевантність. До цього відносяться такі жанри, як: замітка, репортаж та записки.

Поряд із традиційними жанрами з'являються і суто такі, які притаманні для інтернет-журналістики: відео-репортаж та інтерв'ю-live (наживо). «Веб-жанр відеорепортажу утворився в наслідок поєднання двох друкованих жанрів: хронікальної замітки та подієвого репортажу. А жанр інтерв'ю-live внаслідок злиття хронікальної замітки, жанру інтерв'ю-думка та прес-конференції» [23].

Є декілька прийнятих класифікацій інтернет-жанрів журналістики.

У навчальному «Підручнику з крос-медіа», який призначений для вивчення журналістських дисциплін. «Запропоновано такий поділ жанрів:

- Традиційні (інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні).
- Веб-огляд (це інформація, яка проаналізована з інтернет-порталів).
- Веб-новина (коротке повідомлення).

- Онлайн-хроніка (максимально коротке повідомлення).
- Онлайн-репортаж (можуть бути безпосередньо з місця події — стріми).
- Мультимедійна стаття (текст супроводжується ілюстраціями, відео презентаціями, аудіо, інфографікою тощо).
- Фотогалерея (фото можуть розміщуватися за різними принципами).
- Подкаст (звуковий файл, спеціальна програма, діалог чи сюжет).
- Інфографіка» [27].

Вчений П. Бредшоу поділяє жанри по-іншому. «Він класифікує так:

- Повідомлення-блискавки (найоперативніша інформація, яку онлайн-аудиторія отримує миттєво).
- Накид (поверхневий виклад інформації після виходи блискавки).
- Стаття.
- Підбірка (максимально інформації з теми).
- Постскриптум (обговорення статті, коментарі).

Синтетичні жанри він поділяє на:

- Аудіослайд-шоу.
- Інтерактивна відеоколонка.
- Мультимедійне ток-шоу.
- Мультискрипт.
- Інфографіка.
- Інформаційні ігри» [6].

Один вчений досить нестандартно ділить жанри онлайн-журналістики.

«О. Азмін говорить про поділ жанрів, який стосується статей, а не цілих новин. Це:

- Саммарі (поєднання, злиття фактів з повідомлення інформагентств на певну тему).
- Реферат (підсумковий матеріал, який створюють на базі основних моментів довгого та тривалого сюжету).
- Реакційний огляд.

- Популярний виклад (популярна стаття, яка пов'язано з цікавим інформаційним приводом).
- Рейтинг.
- Інсайди» [6].

Проаналізувавши багато наукового матеріалу, який досліджує специфіку розвитку та функціонування жанрів інтернет-журналістики, можна стверджувати, що багато веб-жанрів є пов'язаними із звичними жанрами журналістики. Проте їхня форма дещо видозмінилася. Ці зміни вони зазнали завдяки таким можливостям, як мультимедійність, інтерактивність та гіпертекстуальність. Ці можливості допомогли набуті традиційним жанрам нової, цікавої та більш привабливої форми.

Отож, жанри онлайн-журналістики досить швидко та інтенсивно розвиваються. Вони набувають нових можливостей та форм, що дозволяє надавати онлайн-аудиторії більше інформації та розкривати її максимально повно та цікаво.

## РОЗДІЛ 2. СПЕЦИФІКА РЕДАГУВАННЯ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ ТЕКСТІВ В ОНЛАЙН-ВИДАННЯХ

### 2.1. Особливості редагування інтернет-видань

Редагуванню текстових матеріалів завжди приділялася і, надалі, приділяється значна увага. Оскільки від роботи редакторів, коректорів над текстом залежить чимало факторів. Насамперед, це довіра читачів. Адже, люди довірятимуть тому ЗМІ, в якому якнайменше помилок, а отже найякісніші матеріали.

Наступний фактор, який впливає із попереднього твердження — це імідж видання. Якщо читачі будуть довіряти виданню, то вони надалі будуть його читати, купляти чи виписувати. Саме це піднімає та підтримує хороший та впізнаваний імідж видання.

Тобто, можна зрозуміти, що редагування є одним із основних процесів роботи над текстом журналіста.

В інтернет-виданнях редагування також посідає вагоме місце під час роботи над текстами, які планують розміщувати на сторінках веб-сайту.

Проте, є дослідники, які вважають що повідомлення, які публікуються в інтернеті не потребують процесу редагування. Вони кажуть, що в інтернеті є змога публікувати будь-які тексти, не перевіряючи їх. До таких дослідників відносяться О. Калмиков та Л. Коханова. Вчені стверджують, що «інтернет надає таку можливість, яка дозволяє існувати сайтам, у яких матеріали не піддаються редагуванню, а розміщуються самими авторами на власний страх та совість» [3], та кажуть навіть те, «що наявність редакції для інтернет ЗМІ можна визнати тільки бажаною, але ніяк не обов'язковою» [12].

З таким твердженням науковців ми маємо право не погодитися. На нашу думку, сайти, матеріали яких не проходять, хоча б, мінімального редагування не можуть відноситися до повноцінних засобів масової інформації. Тому що, «інтернет-текстом можемо назвати тільки ту публікацію, яка була написана журналістом, опрацьована редактором та, після редакційного опрацювання, була опублікована на сайті веб-видання відповідно до вимог журналістських та видавничих стандартів» [3]. Тексти, які публікуються без належного редакційного

опрацювання не можуть бути повноцінним новинним повідомленням, оскільки не було перевірено чи відповідає дане повідомлення дійсності. Хоча, за достовірність поданої інформації у матеріалі відповідає сам журналіст.

З цього випливає те, що будь-який новинний сайт, повинен мати в своєму розпорядженні професійного редактора, а більш бажаним є наявність професійної редакції, яка здійснює опрацювання журналістських текстів.

Звісно, що особливість редагування онлайн-видань, є чимось схожим із процесом редагування традиційної преси. Насамперед, як і в друкованих, так і в мережевих ЗМІ, під час редагування приділяється велика увага тому, щоб зберегти та донести основний задум автора. Редактор не повинен порушувати ідейний задум автора.

«Також під час редагування онлайн-видань, звертається увага на достовірність фактичного матеріалу. Його оцінюють за такими критеріями: новизна, значущість, точність, достовірність» [8].

«Також особливу увагу приділяють мовному аспекту редагування. Тому, поза редакторським опрацюванням не можуть залишитися такі недоліки, як: граматичні неточності, пунктуаційні помилки, росіянізми, неоднозначність, неправильне вживання слів чи термінів, занадто складна мова викладу інформації» [3].

Редактор повинен ретельно проаналізувати послідовність викладу матеріалу. Якщо потрібно, то він має редагувати й композиційну частину повідомлення.

Також редактор повинен приділяти значну увагу тому, щоб перевірити чи відповідає матеріал вимогам журналістських стандартів. Тут він перевіряє достовірність джерел, повноту повідомлення, оперативність, тобто чи буде матеріал актуальний читачам.

Проте, є і певні особливості редагування веб-видань. Найперше — їхня мультимедійність. Специфіка редагування полягає у тому, що тут здійснюється опрацювання не тільки текстових, а й відео-, аудіо та фотоматеріалів. Під час роботи над аудіо та відеоматеріалами, редактор повинен пам'ятати, що інформація користувачами сприймається на слух, тому він повинен ретельно редагувати текст для сюжетів.

Ще особливу увагу під час роботи над онлайн-виданнями, надають редагуванню заголовків. Основне завдання заголовка в інтернет-виданнях — їхня клікабельність. Редактор повинен підібрати простий, короткий, інформаційний, але, в той же час, цікавий та привабливий заголовок, який відразу зацікавить читачів [9].

Також особливістю редагування інтернет-видань є можливість зміни дизайну сайту. Цим займається графічний дизайнер чи спеціальна людина, яка вміє швидко та якісно змінювати інтерфейс сайту. Вдосконалюють меню, рубрики веб-сторінки, що дозволяє їй набути більш привабливого вигляду.

«У веб-виданнях ще є різні посилання, які допомагають читачам швидко знайти потрібну та цікаву для них інформацію. Тобто, суть цих посилань є такою, що натиснувши на виділене кольором підкресленням чи іншим способом слово, словосполучення, можемо перейти на іншу вкладку та отримати бажану інформацію. В інтернет-виданнях потрібно редагувати й ці елементи. Оскільки, якщо посилання не будуть відповідати обраній темі, читач не отримає того, чого він шукав. Це буде псувати імідж видання» [15].

Важливим елементом новинних онлайн проєктів є зручна та зрозуміла для читачів класифікація своїх матеріалів. Користувач, який відвідує сайт, повинен мати можливість швидко знайти потрібну для нього категорію. «Працівники приділяють значну увагу редагуванню навігаційних меню. Вони додають теги до публікацій, що слугують зручному користуванню для читачів [25].

Новини, які публікують в інтернет ЗМІ, повинні бути лаконічними. Речення повинні бути простими. Вони не повинні перевищувати кількість аніж 13-15 слів. Хоча журналістські тексти веб-видань, часто редагуються так, що кількість слів у реченні не перебільшують 7-10 слів.

Отже, редагування онлайн-видань займає важливе місце в роботі над журналістськими текстами. Воно передбачає опрацювання текстового матеріалу: виправлення мовних, пунктуаційних, синтаксичних та логічних помилок.

Робота над фактичним матеріалом: перевірка джерел з яких взято ті, чи інші факти. Перевірку повідомлень згідно з журналістськими стандартами, такими як:

точність, достовірність, повнота, оперативність, відокремлення фактів від коментарів та суджень, дотримання балансу думок, доступність.

Особливостями редагування веб-видань є: перше, це їхня мультимедійність, яка призводить до того, що працівники повинні редагувати не тільки текстові повідомлення, а й відео-, фото та аудіо-матеріали. Друга особливість — це змога редагувати інтерфейс сайту: його зовнішній вигляд, внутрішнє наповнення. Третя специфічна риса є та, що редакційній обробці надається й навігаційне меню сайту.

## 2.2. Поширені помилки в онлайн-виданнях

Робота редактора полягає в тому, щоб максимально зменшити або, взагалі, звести до нуля помилки в журналістських текстах. Проте, в інтернет-виданнях, складно простежити за цим. Більшість медіа надають перевагу оперативності новин, тому часто забувають про ретельний редакторський аналіз. Це призводить до того, що в новинних матеріалах часто можна побачити помилки.

Найчастіше зустрічаються незначні орфографічні помилки. Серед них багато буквенних. Неправильне вживання літери г. Згідно з українським правописом, слово «грунт» та похідні від нього слова пишуться через літеру «г» а не «г» (див. рис. 1).



Рисунок 1. Неправильне написання літери «г»

На прикладі можна побачити неправильне написання іншомовного слова. Слово «хобі» написано із подвоєнням літери «б» (див. рис. 2).



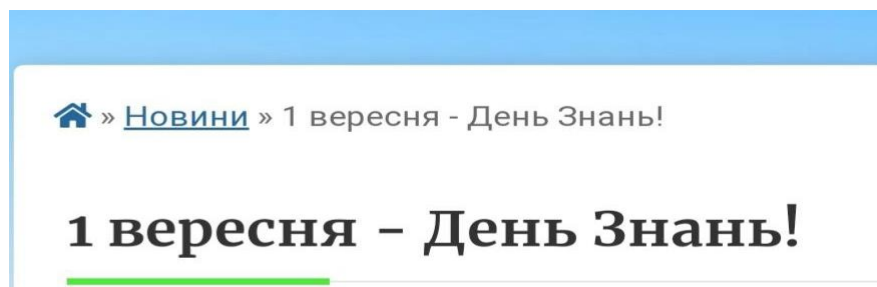


23 грудня 2021, 18:30

## Наталка Денисенко розповіла про

*Рисунок 2. Неправильне написання іншомовного слова*

У журналістських текстах можна побачити неправильне вживання великої літери (див. рис. 3).



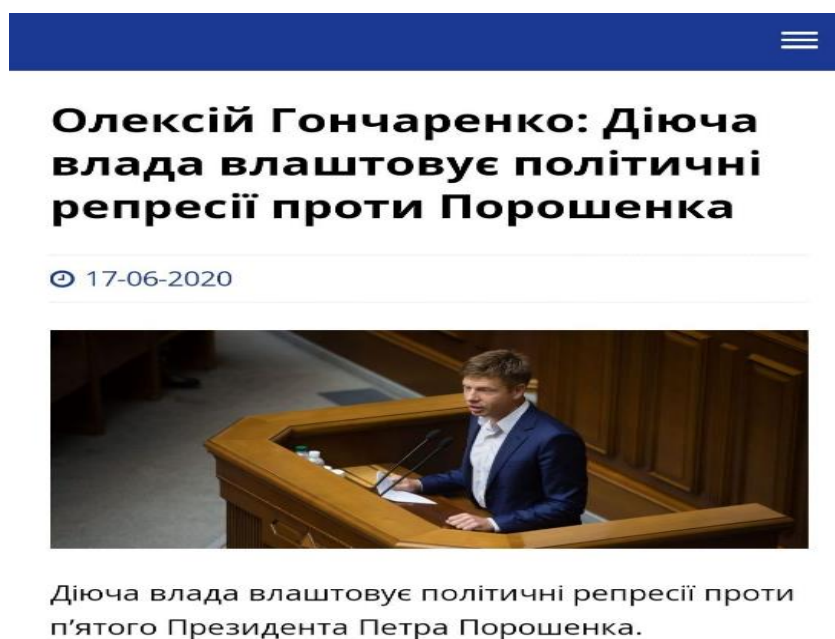
*Рисунок 3. Неправильне вживання великої літери*

В онлайн-медіа часто трапляються помилки, які порушують фонетичні правила милозвучності нашого мовлення (див. рис. 4).

## Кожен з нас має пам'ятати, що чужих дітей не буває, - Дмитро Разумков

*Рисунок 4. Порушення фонетичних правил*

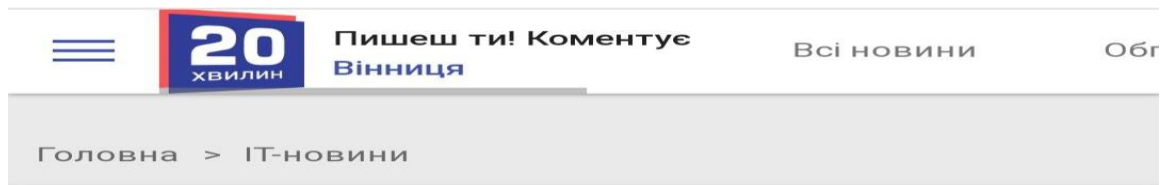
У журналістських текстах можна побачити багато активних дієприкметників теперішнього часу. У словосполученні «діюча влада» рекомендують вживати лексему «чинна влада» (див. рис. 5).



*Рисунок 5. Неправильне вживання активних дієприкметників*

Ще одна група типових помилок в інтернет-ЗМІ — лексичні помилки. Частою причиною їхньої появи слугує лексико-семантичний процес. У його результаті слова повністю або частково лишаються своєї семантики та набувають властивостей, які зовсім йому не притаманні. Словосполучення «вірний вибір» є неправильним (див.

рис. 6). Оскільки слово «вірний» передбачає зовсім інше значення. Правильним варіантом буде «правильний вибір».



## Зроби вірний вибір - стань айтишником гарантовано! (Новини компаній)

Рисунок 6. Неправильне вживання словосполучення «вірний вибір»

Помилкове вживання паронімів також трапляється під час читання новинних повідомлень. Помилка вживання паронімів: військовий та воєнний (див. рис. 7). Виправлений варіант: «У Туреччині знову запровадили воєнний стан».



Рисунок 7. Неправильне вживання паронімів

Багато помилок можна побачити під час використання іншомовних слів. Інколи значення запозичених слів дублюють українським відповідниками (див. рис. 8). Редакторам, у таких випадках, потрібно вибрати одне з двох слів: іншомовне або українське.

Шановні читачі!

Нагадуємо вам, що передплата на "Світловодськ вечірній" не закінчується ніколи!

"Світловодськ вечірній" — є найпопулярнішим і найтиражнішим інформаційним виданням нашого міста. До вашої уваги офіційна інформація "із перших вуст", новини міста, інтерв'ю на актуальні теми, програма ТБ, астрологічний прогноз, анекдоти, оголошення та ще багато цікавого.

Передплатити "Світловодськ вечірній" можна у відділеннях поштового зв'язку та в редакції газети за адресою: вул. Леніна, 14, 2-й поверх.

Приєднуйтеся до великої когорти читачів "Вечірки", нехай газета стане бажаним гостем у вашій домівці.

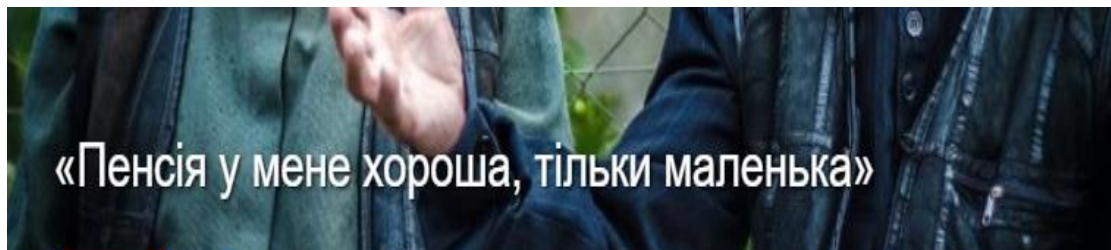
**Прейскурант цін на публікацію інформації в газеті:**

Базова вартість 1см2 комерційної реклами на I сторінці - 3,00грн.

*Рисунок 8. Дублювання іншомовного слова*

В мережевих виданнях бувають ще й логічні помилки.

Існують логічні закони, на основі яких повинні будувати будь-які новинні матеріали. Проте, інколи ми можемо побачити недотримання їх на практиці. Недотримання закону виключення третього (див. рис. 9).



*Рисунок 9. Недотримання закону виключення третього*

Ще один логічний закон який часто порушують на практиці — це закон достатньої підстави. Його порушення відбувається через те, що інформація не будується на основі достовірного факту (див. рис. 10). Часто таке порушення можна побачити в рекламних текстах, які розміщуються на новинних сайтах.

**Якщо ви дійсно патріот Тернопільського району**

**– передплачуйте і читайте «Вільне життя». Тільки в ній ви знайдете всі**

**новини про те, що відбувається в нашому регіоні. («Вільне життя»)**

*Рисунок 10. Недотримання закону достатньої підстави*

Отже, на сторінках інтернет-ЗМІ трапляються різноманітні види помилок. Виокремимо декілька причин, через які є неточності в журналістських текстах:

1. Недостатнє знання української мови авторами текстів.
2. Неретельна перевірка редакторами та коректорами.
3. Надання великої переваги оперативності, а не якості.
4. Скорочення або, взагалі, відмова від редакторів.
5. Вплив російської мови.

Дуже важливо на етапі розквіту веб-сайтів та інтернет-журналістики не забувати про базові правила створення якісного новинного повідомлення: підбір кваліфікованих журналістів, які вміють писати якісні новини. Ретельна перевірка журналістських оригіналів професійними редакторами. Редактори повинні перевіряти текст на наявність не тільки мовних помилок, а й на присутність логічних чи фактичних неточностей. І, звісно, велику роль відіграє вміння написання привабливих заголовків. Правильний заголовок це той, який є коротким, лаконічним, цікавим, при цьому, він має відповідати основному тексту та не містити помилок.

### **2.3. Роль редактора в мережевих виданнях**

Велику роль при створенні журналістського матеріалу відіграє редактор. «Редактор — це людина, яка здобула освіту за спеціальністю «Видавнича справа та редагування» та головне завдання якої полягає в редагуванні видання (газети,

журналу, книги тощо)» [1]. Робота професійного редактора полягає не тільки в обробці електронного чи рукописного авторського оригіналу, а й в переробці його у відповідний формат того чи іншого ЗМІ або видавництва.

Багато хто може подумати, що з приходом епохи комп'ютеризації актуальність професії редактора переходить в минуле. Проте, можемо з цим не погодитися. Оскільки, людину-редактора замінити комп'ютерними програмами неможливо. Комп'ютерний редактор може виправляти технічні чи мовні помилки, але смислові, логічні, структурні він виправити не в змозі.

«Редактор електронних ЗМІ — це люди, які займаються підбором, пошуком та розміщенням інформації, комунікують із авторами, правлять та здійснюють коректуру текстів, розміщують рекламу й стежать за її ефективністю. Співпрацюють із позаштатними працівниками: художниками, фотографами» [1].

Обов'язки редакторів мережевих медіа дечим відрізняються від традиційних редакторів друкованих ЗМІ. Це призвело до того, що редакторів веб-сайтів почали називати не просто редакторами, а «веб-редактор», «інтернет-редактор», «контент-менеджер», «редактор мультимедійного контенту» [25].

«Веб-редактор означає не тільки людину, яка редагує різноманітні веб-документи та організовує роботу із підготовки до реалізації та публікації матеріалів, що містять гіпертекстові елементи, а й вміє користуватися спеціальними програмами для написання та редагування кодів веб-сайтів, що підтримує мову розмітки сторінок HTML» [25].

Найбільш розповсюдженими назвами професії редактора інтернет-ЗМІ є «редактор сайту», «веб-редактор» та «контент-редактор».

Основні завдання, які повинен виконувати контент-редактор, має багато спільного з роботою традиційного працівника редакції друкованого ЗМІ. Серед них:

- Ознайомлення із авторськими оригіналами.
- Редагування авторського оригіналу, журналістського тексту.
- Ознайомлення авторів із внесеними правками.
- Комунікація із авторами, художниками, фотографами.
- Вивчення попиту читачів.

- Здійснення ретельного контролю за дотриманням та вчасним заповненням рубрик.
- Пошук фактичних помилок.

Звісно, що робота інтернет-редактора має і суттєві відмінності від роботи традиційного редактора. Насамперед, це те, що редактор із галузевого працівника повинен перетворитися на «універсального бійця».

Дослідниця В. Фролова каже, що «авторсько-редакторська максима у питаннях створення та відтворення бездоганного тексту завжди залишиться головним завданням професії редактора. Проте сучасний редакційний процес зазнав чималих змін. Вони були спричинені онлайновою, гіпертекстовою та інтерактивною природою інтернету. Якщо у звичайних ЗМІ редактор сприймається як спеціаліст, який здебільшого займається суто редагуванням текстів, то в інтернет-ЗМІ йдеться про транс професіонала, який поєднує в собі професії редактора, журналіста та менеджера, а також він несе відповідальність за метод стратегій та засобів представлення контенту» [26].

Крім того, відбувалася трансформація переходів. Це означає те, що в інтернет-ЗМІ почали надавати перевагу не формату (газета, журнал, радіо чи телебачення), а змістовому наповненню, яке й визначає саме медіа. Це все відбулося через те, що всесвітня мережа інтернету увібрала в себе риси усіх засобів масової інформації: текстову, візуальну та аудіальну форму.

Ще одна помітна зміна — це мультимедійність. В друкованій пресі існує тільки мономедійність.

«Сучасне медіавиробництво поєднало в собі всі наявні види ЗМІ. Мультимедійність має в собі поєднання усіх форм подання інформації на одному майданчику» [2].

Веб-редактори можуть стверджувати, що створювати контент можна не тільки оперуючись читацькою аудиторією, а й врахуванням конкретних особливостей та запитів користувачів. Для цього й існує в інтернет-виданнях інтерактивність. Вона дає змогу отримувати фідбек від читачів та дізнаватися про їхні уподобання та запити.

Редактор онлайн-медіа відрізняється від традиційного тим, що в мережових виданнях немає такого поняття, як «періодичність». Ми звикли до того, що друкована преса виходить у світ із певною періодичністю: щодня, щотижня, раз в два тижня, щомісяця. Веб-редактор ж працює у режимі, так званого, «реального часу». Його робота залежить не від періодичності, а від поступлення нових матеріалів.

«Сучасні редактори спостерігають перехід від даних до знань. Ключове завдання веб-редактора є пошук, фільтрування, зміна, аналіз даних і, в кінцевий результат, перетворення цих даних у знання. Це означає, що відбувається генерація інформації про інформацію» [22].

Через те, що в інтернет-виданнях існує система посилань, веб-редактор повинен вміти також працювати із ними. «Він відповідає за моделювання та створення бекграунду. Робота полягає в тому, щоб слідкувати за наданням актуальних та доречних посилань, за допомогою яких читачі мають змогу перейти на ті, чи інші матеріали, які є логічно пов'язаними із основним матеріалом» [27]. Це є дуже важливою складовою роботи редактора, оскільки якщо він не буде ретельно стежити за актуальністю посилань, то користувачі будуть знаходити не актуальні для них новини. Це послужить тому, що люди будуть ставитися до цього медіа з меншою довірою.

Український дослідник медіа А. Захарченко в своїй книзі розказує про те, що повинен знати та вміти робити журналіст та редактор, які працюють в інтернет-ЗМІ. «Вони мають подбати про:

- Клікабельність заголовку.

Можливо це звучить просто, проте якісний клікабельний заголовок повинен в собі містити дію та зачіпати інтереси аудиторію. Це робиться для того, аби користувачі «клікнули» на ваш матеріал та прочитали його.

- Простоту викладу.

Редактор відповідає за простоту викладу новинного матеріалу. Повідомлення не повинне бути перенасичене різними складними реченнями та незрозумілими термінами. Текст повинен бути зрозумілим, простим.



- Структурування тексту.

Якщо йдеться про великий за обсягом матеріал, то його доречно розбивати на окремі фрагменти. Лінією поділу між текстовими блоками слугують підзаголовки або мультимедійний зміст.

- Можливості персоніфікації подачі інформації.

Важливою складовою є розміщення фотографій, короткої біографії, посилань на соціальні сторінки працівників. Це допоможе налагодити більш тісний зв'язок із своєю аудиторією. Люди звикли до того, що вони будуть довіряти тим, з ким хоча б трішки знайомі. Це послугує мінімальним знайомством між користувачами та працівниками» [25].

Отож, веб-редактор є важливим працівником редакції онлайн-видання. Він стежить за тим, щоб в новинних повідомленнях траплялося якнайменше помилок. Він співпрацює із авторами текстів, фотографами, художниками та іншими позаштатними працівниками. Його завдання полягає ще в створенні контенту. До того ж він повинен спиратися не тільки на читацьку аудиторію, а й враховувати запити користувачів веб-сайту.

## **РОЗДІЛ 3. РЕДАГУВАННЯ НОВИННИХ МАТЕРІАЛІВ У РЕГІОНАЛЬНИХ ОНЛАЙН-ВИДАННЯХ**

### **3.1. Аналіз тернопільських онлайн-ЗМІ (на прикладі «Тернополяни» та «0352.ua»)**

Сайт «Тернополяни» — це регіональне онлайн-видання, яке щодня публікує актуальні та суспільно-важливі новини Тернопільської області. Сайт активно функціонує з 2013 року [27].

Спочатку сайт мав тільки чотири рубрики: «Політика», «Культура», «Економіка» та «Життя». Проте зі стрімким розвитком новинних інтернет сайтів, нових рубрик стало більше. Загалом їх є одинадцять:

- Новини;
- Політика;
- Економіка;
- Спорт;
- Життя;
- Релігія;
- Особистості;
- Політична думка;
- Про нас;
- Контакти;
- Бізнес та фінанси.

«Тернополяни» — є незалежним інформаційним майданчиком. Основне завдання — надання об'єктивної та достовірної інформації. Предметом — є події, які відбуваються в області та в Україні. Основне гасло — «Про тернополян та для тернополян» [27].

За формою власності, досліджений нами сайт, є приватним. Тобто, він діє на основі приватної власності особи, громадянина або суб'єкта журналістської діяльності (юридичної особи).

За формою об'єднання майна — товариство з обмеженою відповідальністю.

За способом формування статутного фонду — сайт є унітарним. Тобто, засновником сайту є одна людина, яка виділяє майно, прописує основні положення, правила, статут, наймає працівників, керує колективом.

Потрібно зазначити, що сайт «Тернополяни» діє на підставі чинного законодавства, Конституції та власного статуту.

За економічною природою господарювання — сайт є комерційним. Оскільки, в свою чергу, має не меті не тільки інформувати читачів, а й заробити кошти.

Досліджуване електронне видання має свої індивідуальні особливості. Насамперед, це вигляд сайту. Кожен сайт повинен створюватися на основі індивідуальних поєднань кольорів, стилів. Це все існує для того, аби відрізнити один новинний ресурс від інших.

Назва сайту знаходиться в лівому верхньому кутку, де великими білими літерами на салатовому фоні написано слово «ТЕРНОПОЛЯНИ».

У правому верхньому кутку, знаходиться меню. Натиснувши на нього, нам відкриваються новинні рубрики сайту, яких є одинадцять: «Політика», «Економіка», «Новини», «Життя», «Культура», «Релігія», «Бізнес та фінанси», «Спорт», «Контакти», «Про нас», «Особистості» та «Політична думка».

Кольорова гама сайту — поєднання салатового та білого кольорів.

Інтерфейс сайту створений так: коли читач потрапляє на новинний сайт, він одразу бачить стрічку новин. У центрі видно перемикаючу стрічку із головними новинами.

Також в електронному виданні є стрічка новин із зазначенням часу публікації кожного матеріалу. Це створено для того, аби читачам було зручно бачити, коли новина була опублікована. Саме тут проявляється оперативність новинного сайту.

Сайт є мультимедійним. Тобто в ньому подається не тільки текстова інформація. Текстова інформація може одночасно поєднуватися із відео- чи фотоматеріалами.

Комунікація з читачами також присутня. Читачі можуть знайти та почитати новини не тільки на новинному інтернет порталі, а й підписатись на соціальні мережі сайту. «Тернополяни» мають свої сторінки на наступних платформах:

- Фейсбук;
- Інстаграм;
- Телеграм;
- Ютуб.

Також для комунікації з читачами є ще один варіант. У рубриці «Контакти» можна знайти електронну пошту, куди будь-хто з читачів може надіслати свої відгуки чи, можливо, варіанти покращення роботи сайту.

На сайті можна побачити рекламу.

Класифікація жанрів, які використовуються новинним сайтом «Тернополяни»:

- Традиційні жанри (аналітичні, інформаційні та публіцистичні матеріали). Зазначимо, що саме традиційних жанрів, на сайті «Тернополяни» найбільше.
- Онлайн-хроніка (це максимально коротке та подано в стислій формі повідомлення).
- Мультимедійна стаття (їх також є багато. Більша половина статей, доповнюються відео- чи фото матеріалами).
- Фотогалерея.

Сайт «Тернополяни» — це регіональний новинний портал, де можна черпати інформацію про новини Тернопільщини (див. рис. 11).

«0352.ua» — це регіональна електронна газета, основна мета якої, насамперед, є висвітлення жителям Тернопільщини усієї їм необхідної, термінової та достовірної інформації, яка конкретно стосується жителів міста та області [27].



Рисунок. 11. Хронометражна стрічка новинних матеріалів онлайн-видання «Тернополяни»

«0352.ua» — це регіональна електронна газета, основна мета якої, насамперед, є висвітлення жителям Тернопільщини усієї їм необхідної, термінової та достовірної інформації, яка конкретно стосується жителів міста та області [27].

Структура сайту:

1. Меню сайту;
2. Головна сторінка;
3. Розширений пошук;
4. Довідник;
5. Новини;
6. Вакансії.

На сайті кожен читач може зареєструватися, або, якщо він вже зареєстрований, автоматизувати та увійти на свій акаунт. Для реєстрації потрібно вказати свій номер, пошту, придумати свій логін та пароль.

Рубрики сайту:

- Опілля — цінуй справжнє (спецрозділ);
- Дозвілля;
- Афіша;
- Новини;
- Нерухомість;
- Оголошення;
- Питання й відповіді;
- Погода;
- Карта міста;
- Авто;
- Довідкова;
- Фотозвіти.

Назва та логотип сайту знаходяться зверху, по центру.

Кольорова гама сайту «0352.ua», у дечому, схожа з попередньо проаналізованим нами сайтом «Тернополяни». Основними кольорами виступають — салатовий, білий та чорний.

На сайті зазначено години висвітлення подій.

Сайт є мультимедійним. Текстові матеріали супроводжуються фото- та відеофайлами.

Відзначимо, комунікація з читачами налагоджена. Можна сказати, що електронне ЗМІ «0352.ua» добре працює з інтерактивністю. Відвідувачі мають доступ до електронної пошти. Також легко можуть віднайти та підписатися на соціальні мережі. На сайті можна взяти участь в опитуваннях. Вони відбуваються часто, тому кожен із читачів, може взяти участь та побачити результат голосування (див. рис. 12).

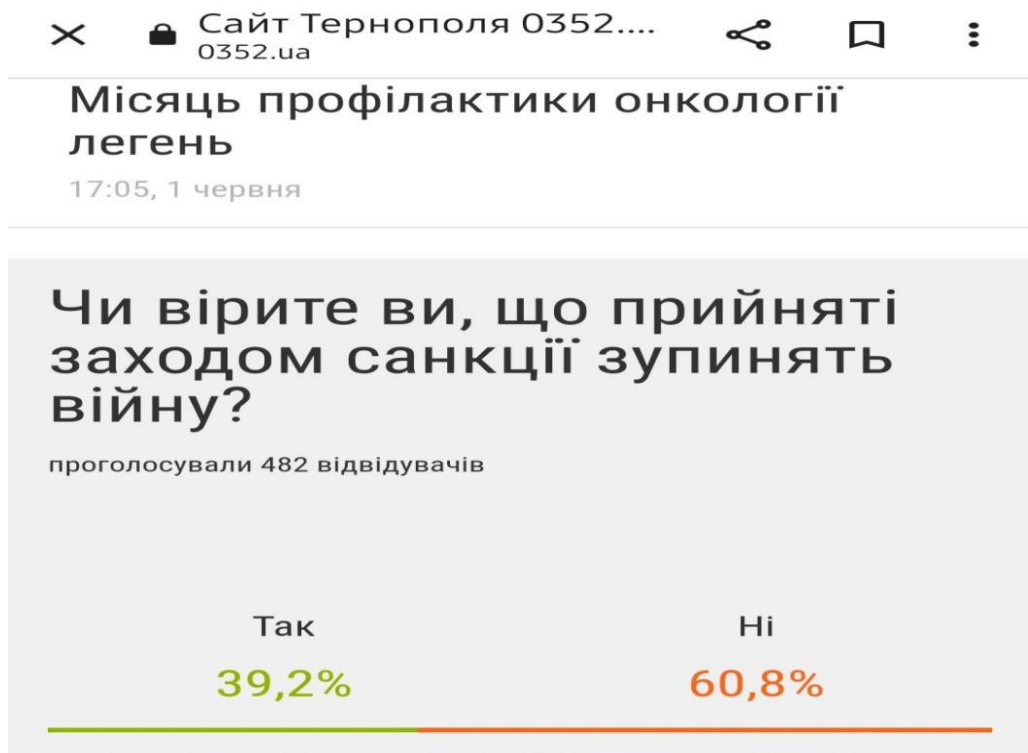


Рисунок 1. Приклад голосувань на сайті «0352.ua»

Також інтерактивність простежується у рубриці «Питання та відповідь». Тут відвідувачі сайту можуть поставити будь-яке запитання, на яке отримають відповідь.

На сторінках сайту трапляються різноманітні жанри електронної журналістики. Серед них: традиційні жанри. Також є мультимедійні статті, фотогалереї, подкасти, опитування, інфографіки, веб-новини, стріми, блоги та інші.

Електронний сайт «0352.ua» — це новинний портал, де кожен охочий може прочитати головні новини міста та області [27].

Проаналізувавши два сайти Тернопільщини, можемо сказати, що в них є багато схожого: інтерфейс, кольорова гама та рубрики. Проте манера написання та подання інформації відрізняється. Сайти різняться і жанрових наповненням. На сайті «0352.ua» воно більш різноманітніше, аніж на новинному сайті «Тернополяни».

Також відрізняється комунікація з читачами. Новинний сайт «0352.ua», на нашу думку, надає інтерактивності більш важливе значення, аніж сайт «Тернополяни».

### **3.2. Редагування новинних матеріалів тернопільського онлайн-медіа «Тернополяни»**

Якісний контент — це те, що найбільше зацікавлює читацьку аудиторію. Проте навіть на сторінках найкращих новинних сайтів, трапляються неточності, помилки та порушення журналістських стандартів. Під час дослідження регіонального новинного сайту «Тернополяни», виявили чимало помилок.

Політична джинса — одне з найчастіших явищ, яке зустрічається в онлайн-пресі. Її завдання полягає в підвищенні іміджу та покращенні рейтингу конкретного політичного діяча чи політичної партії, але аж ніяк не викликає довіри в аудиторії. Під час аналізу сайту «Тернополяни» ми помітили чимало випадків політичної джинси.

Для прикладу, у статті «Незламні, відважні, непереможні», — Михайло Головка відвідав воїнів Тернопільщини на передових позиціях». Йдеться про те, що голова облради Михайло Головка активно допомагає українським воїнам. У цьому матеріалі вбачаємо джинсу, адже з самого початку описують його волонтерську діяльність. До того ж, коментарі щодо цього взяті лише в нього. В матеріалі подається тільки позитивна інформація щодо цього конкретного політика, яка підвищує його пізнаваність та працює на його імідж (*див. дод. А*).

Порушення журналістських стандартів — ще один типовий вид помилок, який часто можна побачити в стрічці новин.

Найбільш проблемним журналістським стандартом, яким нехтують журналісти, виявився баланс думок. Поясненням недотримання цього стандарту є заангажованість журналістів та брак часу. Для редакції пріоритетним залишається оперативність. Тому збір інформації та подання позиції конфліктних сторін відходить на другорядний план.



У матеріалі «В Збаражі організували благодійний турнір та зібрали 12 тис грн для потреб ЗСУ», можемо побачити порушення балансу думок. У статті подається тільки один коментар начальниці відділу спорту та молоді. Для того, аби стандарт був дотриманим, потрібно було б взяти коментар в учасників турніру та його організаторів (*див. дод. Б*).

У наступній аналізованій нами статті «За рекордну суму продали картину Івана Марчука з Тернопільщини» також помітили порушення стандарту балансу думок. У матеріалі подається тільки інформація, яка взята з благодійного фонду «Повернись живим». Відсутній коментар самого художника, учасників аукціону. (*див. дод. В*).

Ще одне порушення стандарту балансу думок бачимо у новинному матеріалі «Як працює громадський транспорт під час повітряних тривог». У матеріалі розповідається про особливості роботи водіїв громадських транспортних засобів під час повітряних тривог. Проте інформації на цю тему від самих водіїв – немає. Також немає коментарів людей, які користуються громадським транспортом (*див. дод. Г*).

Наступний стандарт, який також часто порушується в мережевому виданні «Тернополяни» — це відокремлення фактів від коментарів.

Часто журналісти хочуть зробити заголовок якнайбільш клікабельним. Проте через це, вони часто забувають про дотримання стандартів. Тому і відбувається їх порушення. (*див. дод. Д*)

У наступному матеріалі «Символічний хрест встановили біля цілющого джерела на Тернопільщині» бачимо порушення ще одного стандарту — повноти. У статті не розкривається уся інформація щодо цієї події, навпаки, у читача можуть виникнути ряд запитань: «Коли це відбулося», «Як», «Чому» (*див. дод. Е*).

У наступній статті «Перший пішов: через спалах COVID на Тернопільщині закрили цілу школу», порушено одразу декілька стандартів: повнота, точність та баланс думок. З матеріалу ми не дізнаємося причини закриття школи, відсутні коментарі директора чи батьків учнів, які відвідують цей навчальний заклад. Також не зазначено джерело інформації. (*див. дод. Є*).

Щодо мовних помилок у текстах, їх ми об'єднали у такі групи: «Орфографічні (граматичні)», «Пунктуаційні», «Стилістичні». Однак у зв'язку з великою кількістю однотипних помилок ми виділили ще підгрупи: «Чергування *В/У*», «Чергування *З/ІЗ*», «Чергування *Й/І*», «Русизми», «Помилки при наборі».

Для прикладу, в заголовку статті «Чемпіонат світу з водно-моторного спорту у Тернополі за підтримки Креатор-Буд: як це було» порушено чергування голосних літер. Для того, аби фонотечний закон милозвучності не порушувався варто в словосполученні «Спорту у Тернополі» замінити на «спорту в Тернополі» (див. дод. Ж).

У матеріалі «Футбольна команда з Тернопільщини отримала нового тренера» неправильно вжито дієслова «отримала». Його краще вживати в контексті «здобути щось». Тобто, можна отримати зарплату чи нагороду. Тому краще замінити слово отримати та сформулювати заголовок по-іншому (див. дод. З).

Регіональний новинний сайт «Тернополяни» ми аналізували протягом трьох тижнів. Відповідно дослідили 200 статей. Під час нашого дослідження ми помітили помилки в новинних матеріалах. Серед них були: стилістичні, орфографічні, лексичні помилки, неправильне чергування приголосних і голосних звуків та порушення журналістських стандартів. Найчастіше зустрічалися лексичні, а найрідше — стилістичні.

### **3.3. Редагування новинних матеріалів тернопільського онлайн-медіа «0352.ua»**

Редагуванню новинних матеріалів завжди потрібно приділяти багато часу. Оскільки, від якості новин, залежить відвідуваність новинного порталу.

Під час аналізу регіонального онлайн-ресурсу новин «0352.ua», ми звертали увагу наскільки ретельно проходять матеріали редакторську перевірку.

Насамперед, ми побачили недотримання журналістських стандартів.

Порушення стандарту повноти трапляється чи не найчастіше на сторінках новинних сайтів. Тому, що часто редактори сайтів та самі журналісти не надають

великого значення джерелам інформації. Це є великою помилкою, оскільки завжди потрібно спиратися тільки на достовірні та перевірені джерела.

Перший приклад порушення журналістського стандарту повноти ми побачили під час аналізу статті «На Тернопільщині — чергова жертва ковіду, чоловік помер в ювелійному віці». У статті ми можемо побачити, що будь-які джерела відсутні. Ми не можемо дізнатися звідки ця інформація і наведена у матеріалі статистика щодо захворюваності в області (*див. дод. II*).

Стандарти точності та достовірності також неодноразово порушувалися у новинній стрічці «0352.ua». Побачити це можна під час прочитання статті «Стало нудно: чоловік заради розваги замінував власний будинок». Як і в попередньому прикладі, немає посилань на авторитетні джерела, зазначення прізвищ та імен посадовців. Саме такі помилки свідчать про не відповідність й порушення журналістських стандартів (*див. дод. I*).

Під час аналізу новинної стрічки сайту «0352.ua» ми помітили порушення ще одного журналістського стандарту — відокремлення фактів від коментарів. У статті «На Тернопільщині помер знаний патріот і голова сільської ради». Коментарі експертів чи учасників події повинні чітко відмежовуватися від фактів. Факт — помер сільський голова, емоційно забарвлене словосполучення «знаний патріот», не може бути фактом. Ці слова взяті з прямої мови жительки села, але в новині не позначенні як цитата. Журналісту потрібно було чітко розмежувати факти та коментарі людей (*див. дод. II*).

Ідентичне порушення відокремлення фактів від коментарів можемо побачити в матеріалі під назвою «Фестиваль може відмінитися: Сергій Надал виступив проти антихристиянського фестивалю». В основному тексті статті вживається емоційно забарвлена лексика, яка не є доречною у новинних матеріалів. Журналісти повинні займати позицію нейтралітету та не використовувати в своїх текстах емоційно-забарвлену лексику (*див. дод. I*).

Також під час аналізу матеріалів ми побачили не тільки порушення журналістських стандартів. Часто траплялися помилки в написанні іншомовних слів (*див. дод. K*).

Поширеними помилками на сайті «0352.ua» є лексичні помилки.

Перша лексична помилка – неправильне написання словосполучення «згідно Закону». Згідно з українським правописом правильно писати: «згідно із законом» (*див. дод. Л*).

Наступна лексична помилка – вживання у текстах росіянізмів. У статті «Переваги теплиці «Нова теплиця» неправильно вживається словосполучення «на протязі». Це словосполучення є росіянізмом. Правильний варіант – «протягом» (*див. дод. М*).

Ще одна типова помилка – вживання росіянізмів була помічена в статті «Використання стероїдів в спортивній практиці». «Приймати участь» — неправильне словосполучення, яке порушує мовні норми українського правопису. Правильний та єдиний варіант «брати участь».

Неправильний правопис прислівників трапився нам під час аналізу мережевого видання. Прислівник «до речі» завжди пишеться окремо. В проаналізованій статті «В Тернопільській мережі магазинів учасник лотереї виграв мільйон» ви можете побачити зовсім іншу ситуацію (*див. до. О*).

Ще один приклад неправильного написання прислівника можна побачити під час прочитання новини «Пожежа у центрі Тернополя: загинула людина». Прислівник «на жаль» в цій статті пишеться разом (*див. дод. Н*).

Аналіз електронного видання «0352.ua» проводився протягом двох тижнів. Під час роботи ми дослідили 150. У 85-ти матеріалах помітили різнотипні помилки, зокрема, чимало неправильне написання прислівників лексичні помилки та вживання росіянізмів. Найменше побачили пунктуаційних помилок. Також у матеріалах порушують журналістські стандарти.

## ВИСНОВКИ

Стрімкий та невпинний розвиток комп'ютерних та інтернет технологій, не могли залишити осторонь засоби масової інформації. Швидка комп'ютеризація вплинула на модернізацію вже існуючих ЗМІ, а також заклала початок створенню та розвитку нових та сучасних — мережевих видань.

Онлайн-видання набули популярності не одразу. Увагу читацької аудиторії завоювали аж після свого вдосконалення.

Оскільки, ці медіа не були глибоко дослідженим, вони викликали неабиякий інтерес у науковців. Багато дослідників почали аналізувати електронні ЗМІ. Саме так і почалася ера мережевих ЗМІ.

Згодом багато досліджень були спрямовані саме на класифікацію жанрів мережевих видань. Навіть сьогодні тривають різноманітні дискусії щодо визначення того чи іншого жанру інтернет-журналістики.

Проте, варто зазначити, що будь-яка класифікація онлайн-жанрів не буде довготривалою. Оскільки, з кожним днем всесвітня мережа інтернет вдосконалюється, а разом із нею вдосконалюються і жанри електронних видань.

З приходом мережевих видань змінилася і робота редакторів. Якщо колись редактор повинен був тільки перевіряти на правильну побудову та на правильне написання матеріал, то в інтернет ЗМІ, він вже звертає свою увагу на багато інших факторів. Створення контенту, залучення аудиторії, мультимедійність, інтерактивність, співпраця із фотографами, художниками та іншими позаштатними працівниками — це тільки основні обов'язки редактора. Велика навантаженість обов'язками, робить із простого редактора справжнього «універсального бійця».

Для того, аби ще краще розібратися в електронних виданнях, ми обрали два регіональні сайти. Провели ретельний аналіз: стрічку новин досліджували протягом трьох тижнів. Для аналізу обирали найпопулярніші матеріали, які набирали найбільше переглядів протягом дня.

Почнемо з того, що на Тернопільщині нараховується більше двохсот регіональних інтернет-видань. З усіх ми обрали «Тернополяни» та «0352.ua».

Описали типологічну характеристику сайтів. Відтак, в обох медіа виокремлюємо схожі елементи, зокрема, у гамі кольорів та структурі інтерфейсу. Проте жанрове наповнення сайтів відрізняється. Сайт «0352.ua» публікує більш різноманітні матеріали за своїм жанровим наповненням, аніж «Тернополяни».

На сайтах «Тернополяни» та «0352.ua» мультимедійність добре розвинута. А от краща інтерактивність спостерігається на сайті новин «0352.ua».

Якщо перейти до редагування новинних матеріалів, то можна сказати, що обидва онлайн-видання не приділяють достатньої уваги цьому. Найчастіше під час висвітлення новин не дотримуються журналістських стандартів. У текстах трапляються лексичні, морфологічні, синтаксичні та інші помилки.

Таким чином, спостерігаємо перехід мережевих ЗМІ в Україні в активну стадію розвитку. Разом з тим у цьому процесі вбачаємо й ряд недоліків. Адже, відповідно до аналізу, редактори та журналісти не приділяють достатньої уваги та значення редагуванню новинних матеріалів.

Загалом відзначимо, що розвиток регіональних онлайн-медіа не поступається медіа з інших регіонів. А, якщо порівнювати зі всеукраїнськими, то попри схожі тенденції, бачимо відмінності. Перш за все, аудиторія та рекламний ринок більші, а відтак і можливості для зросту ширші. Однак, зауважимо, на якості самих матеріалів це не має відзначатися, адже в пріоритеті редакцій має бути якісна журналістика, а опісля – прогресування і популярність онлайн-видань. На нашу думку, це взаємопов'язані фактори.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Академічний тлумачний словник української мови. URL: <http://sum.in.ua/s/redaktor>.
2. Амзин А. Новостная интернет-журналистика / А. Амзин. М. : Аспект пресс, 2011. 144с. URL: <http://web-editor.com.ua/wp-content/uploads/2009/11/journ.pdf>.
3. Артамонова І. Від журналіста до медіа-професіонала / І. Артамонова. URL: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/).
4. Артамонова І. М. Інтернет-ЗМІ як нова парадигма теорії української журналістики / / Соціальні комунікації сучасного світу : наук.-теор. зб. / [голов. ред. О. М. Холод]. 2009. С. 44–47.
5. Афанасьєва К. О. Правове врегулювання діяльності Інтернет-ЗМІ [Електронний ресурс] / К. О. Афанасьєва. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/>.
6. Василенко М. К. Функціонування групи інформаційних жанрів пресової журналістики в сучасних соціально-економічних умовах [Електронний ресурс] / М. К. Василенко. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1038>
7. Веб. Википедия [Электронный ресурс]. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>.
8. Женченко М. Новітні редакторські професії в умовах конвергенції та мультимедіатизації ЗМІ [Електронний ресурс] / М. Женченко. URL: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/nzizh/2012\\_49/Zhenchen.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/nzizh/2012_49/Zhenchen.pdf).
9. Інтернет-ЗМІ. Матеріал з Вікіпедії — вільної енциклопедії [Електронний ресурс]. URL: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Інтернет-ЗМІ>.
10. Кайда О. Організація роботи конвергентного ньюзруму в регіональному медіапросторі України / О. Кайда. URL: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/ssk/2013\\_9/118-121.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/ssk/2013_9/118-121.pdf)

11. Коцарев О. О. Інтернет-сайти: функціонально-змістова типологія / О. О. Коцарев. URL: <http://www-philology.univer.kharkov.ua/>.
12. Лукина М. М., Фомичева И. Д. СМИ в пространстве Интернет / М. М. Лукина, И. Д. Фомичева. М. : Изд-во МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005. 87 с.
13. Людвик І. В. Теоретико-методологічні підходи до класифікації засобів масової інформації України / / Бюлетень Міністерства юстиції України. 2008. № 11–12. С. 145–150.
14. Людвик І. В. Шляхи та перспективи удосконалення конституційно-правового статусу засобів масової інформації в Україні / / Бюлетень Міністерства юстиції України. 2010. № 3. С. 134–141.
15. The philosophy behind the integrated newsroom [Електронний ресурс]. URL : <http://www.journalism.co.uk/5/articles/53034.php> (viewed 11. 04. 2012).
16. Model for the 21st century newsroom pt.6: new journalists for new information flows [Електронний ресурс] // Onlinejournalismblog. URL : <http://onlinejournalismblog.com/2008/12/04/modelfor-the-21st-century-newsroom-pt6-new-journalistsfor-new-information-flows/> (viewed 11. 04. 2012).
17. Мелещенко О. Інтернет-технології в сучасній журналістиці : моделі та практика : Навч. пос. / О. Мелещенко. – К. : КиМУ, 2005. 140 с.
18. Панюшкіна С. Менеджер нового формату [Електронний ресурс]. URL : [www.fdu.org.ua/ru/resource/27](http://www.fdu.org.ua/ru/resource/27) (дата звернення: 11. 04. 2012).
19. Perspectives on Multimedia: Communication, Media and Information Technology / Robert Burnett (Editor), Anna Brunstorm (Editor), Enders G. Nilsson (Editor). Wiley, England, 2004. P. 2
20. Потятиник Б. Інтернет-журналістика : навч. посіб. / Б. Потятиник. Львів : ПАІС, 2010. 224 с.
21. Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні: Закон України від 16 листоп. 1992 р. № 2782-XI І (зі змінами). URL : <http://portal.rada.gov.ua/>.



22. Типологічні особливості та проблема класифікації інтернет-ЗМІ: підручник для студентів спеціальності «Журналістика» / уклад. М. М. Лукіна. К. : КНУ ім. Т. Шевченка. 2017, 123–131 с.

23. Радионцева Е. С. Ежедневный «я»: конвергенция медиа начинается с «районки» // Филология и человек. 2008. № 2. С. 119–124.

24. Рэддик Р., Кинг Э. Журналистика в стиле он-лайн : использование Internet и других электронных ресурсов / Р. Рэддик, Э. Кинг. М. : Вагриус, 1999. – 416 с.

25. Редакторське опрацювання новинного матеріалу: журналістика, редагування та ЗМІ / М. О. Лаврін. Л. : ЛНУ ім. І. Франка, 2016. 32–39 с.

26. Сайт «0352.ua» [Електронний ресурс]. URL : <https://www.0352.ua/> (дата звернення 17.05.2022)

27. Сайт «Тернополяни» [Електронний ресурс]. URL : <http://www.ternopoliany.te.ua/> (дата звернення 05.05.2022).

28. Чабаненко М. Запорізькі інтернет-ЗМІ в контексті розвитку онлайнової журналістики / М. Чабаненко // Соціальні комунікації сучасного світу : науково-теоретичний збірник / [гол. ред. О. М. Холод]. 2009. С. 156–158.

29. Шевченко В. Мультимедійний контент: навч. посіб. / В. Шевченко. К.: ВПЦ «Київський університет», 2017. 239 с.

30. Fisher, D., Wilkinson, J., Grant, A. Principles of convergent journalism. Oxford University Press, 2008. 234 p.

31. Henry Jenkins. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. – NYU Press, 2006. 308 p.

32. Шкондин М., Коханов Е., Кравцов В. Жанровая структура новых медиа в условиях трансформации медиасистемы / М. В. Шкондин, Е. Ф. Коханов, В. В. Кравцов // Вестник Волжского университета имени В. Н. Татищева. 2015. № 2.

33. Щипицина Л. Компьютерно-опосредованная коммуникация: лингвистический аспект анализа / Л. Ю. Щипицина. М.: Красанд, 2010. 296 с.

34. Як зробити лонгрід, який дочитають до кінця? [Електронний ресурс]. – URL : <https://webmaestro.com.ua/ua/blog/long-read/>.

# ДОДАТКИ

## Приклад політичної джинси в онлайн-виданні «Тернополяни»

### ТЕРНОПОЛЯНИ

**"Незламні, непереможні, відважні" – Михайло Головка відвідав воїнів з Тернопільщини на передових позиціях (фото, відео)**

Понеділок, 06 червня 2022 12:30



Голова Тернопільської обласної ради Михайло Головка активно допомагає воїнам на передовій всім необхідним.

Днями, він відвідав захисників на передових позиціях у Донецькій, Харківській, і

Очільник області привіз та передав воїнам особисто в руки «бандеромобілі», квадрокоптери, планшети, тепловізор

## Порушення балансу думок

**У Збаражжі організували благодійний турнір та зібрали 12 тис грн на потреби ЗСУ.**

Благодійний турнір з футболу "Разом до перемоги", який завершився на збаразькому стадіоні, зібрав 12 тисяч гривень.

На ці кошти організатори турніру закупили у місцевого виробника майже дві сотні м'ясних консерв, які передадуть на потреби Збройних сил України.

Нагадаємо, що турнір був зорганізований Збаразькою міською радою за підтримки Координаційного центру підтримки ЗСУ, Асоціації футболу Тернопільщини.

У змаганнях взяли участь вісім команд Збаразької громади. Перше місце виграла команда "Сирна хата", друге - футбольний клуб "Максимівка, третє - ФК "Збараж".

*"Щиро дякуємо усім учасникам турніру та благодійникам, - відзначила в. о. начальника відділу молоді і спорту Уляна Кашуба. - Зокрема директору Збаразької ДЮСШ Ігорю Патронику, який був безпосереднім організатором змагань."*

## Порушення балансу думок

### За рекордну суму продали картину Івана Марчука з Тернопільщини

Понеділок, 06 червня 2022 18:30



Під час продажу на аукціоні полотна зnanого художника з Тернопільщини Івана Марчука, встановили рекорд сучасного українського мистецтва.

Роботу Марчука разом із податками продали за рекордні 120 тис. доларів. До сьогодні полотна живих українських митців ще ніколи не продавалися на аукціонах в Україні за такі суми, **повідомляють** в благодійному фонді "Повернись живим".

«Сад спокуси» пішов з-під молотка під час благодійного аукціону «Art can help», організованого аукціонним домом Goldens.

"Цей натюрморт та ще 26 предметів мистецтва виставили на продаж, щоб підтримати ЗСУ. 50% з виручених коштів аукціону передадуть Фонду. Дякуємо партнерам! І поціновувачам мистецтва, які підтримують війсьکو!", - **йдеється у повідомленні благодійного фонду.**

|

## Порушення балансу думок

17:21

17:21

"У багатьох містах України під час тривоги рух громадського транспорту не зупиняється. Управління транспорту прийняло таке рішення дозволити рух, враховуючи величезну кількість звернень тернополян", — пояснює речниця Тернопільської міськради Мар'яна Зварич.

За перших звуків сирен громадський транспорт повинен зупинитися, щоб ті пасажери, які бажають піти до укриття, мали можливість це зробити. Ті, які лишатимуться в транспорті, водії мають продовжувати везти за маршрутом.

За словами речниці міської ради, усі перевізники обговорили алгоритм дій з водіями на маршрутах. Водії, які хочуть самі піти до укриття під час тривоги, зможуть це зробити. У такому випадку пасажери мають вийти на найближчій зупинці та скористатися іншим громадським транспортом, що

Цей сайт використовує «cookies». Також веб-сайт в...

## Порушення відокремлення фактів від коментарів

## ТЕРНОПОЛЯНИ

## Дороги не бачили роками: на Монастирищині люди скаржаться на бездоріжжя (відео)

Неділя, 19 вересня 2021 19:00



У колишньому Монастириському, а сьогодні в Чортківському районі, у селі Маркова, місцеві жителі роками не бачили нормальної дороги.

Селяни благають про допомогу, та наразі їх ніхто не чує.

"Ой, та я не знаю коли тут був ремонт, а зараз неможливо ні переїхати, ні перейти - такі ями, - розповідає Марія Тутко, жителька села Маркова, що на Тернопільщині. - Якось вилом обляють дороги, а тут - літи прихвлять, то нема права

## Порушення порушення стандарту повноти

## ТЕРНОПОЛЯНИ

## Символічний хрест встановили біля цілющого джерела на Тернопільщині (фото)

Понеділок, 20 вересня 2021 13:15



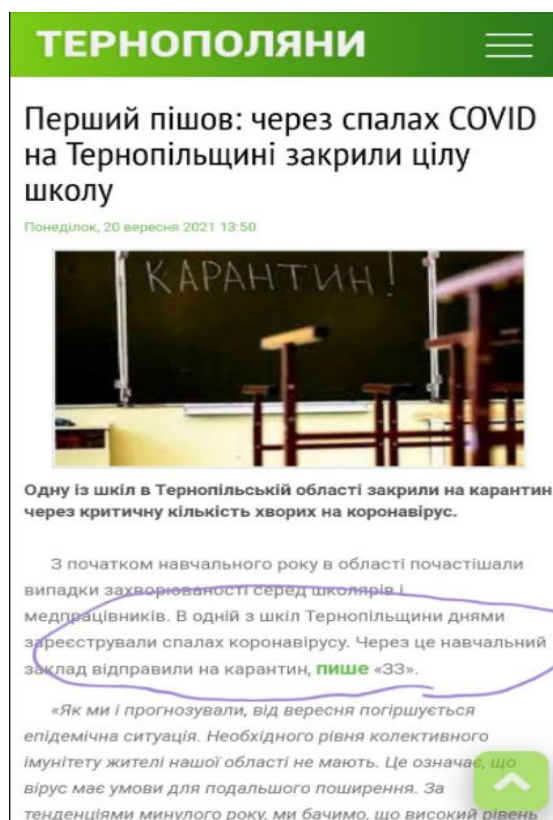
На Тернопільщині у місті Монастириська місцеві жителі встановили пам'ятний хрест.

Розташували його на горі, де у давнину був чоловічий монастир.

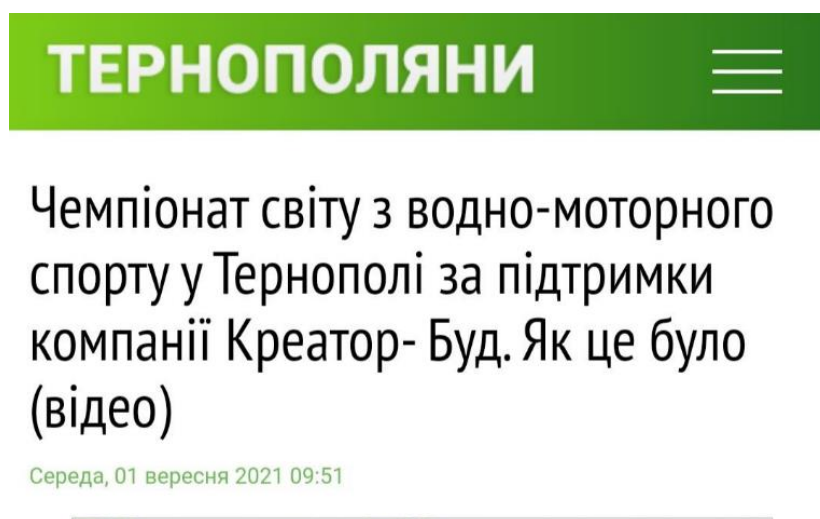
Сьогодні тут – цілюще джерело «Всецариці», місце відпустів.

Світлинами з облаштування хреста Господнього поділився у соцмережі місцевий житель **Степан**

Порушення кількох стандартів: повноти, точності та балансу думок



Порушення фонетичних правил милозвучності мови



### Неправильне вживання слова «отримала»



### Порушення стандарту повноти

#### На Тернопільщині – чергова жертва ковіду, чоловік помер у ювілейному віці



70-річний чоловік помер на Тернопільщині від ковіду за останню добу. Загалом виявили 174 нових хворих на COVID-19 за 19 вересня 2021 року. За останню добу одужало – 84 особи, проведено досліджень методом ПЛР – 877.

За весь час пандемії в Тернопільській області  
захворіло – 74 110 осіб;  
одужало – 70 594 особи;  
летальних випадків – 1 257 (3 випадки жителі інших областей).



## Порушення стандарту достовірності

### Стало нудно": чоловік заради розваги замінував власний будинок (ФОТО)

У Києві чоловік заради розваги замінував "власний будинок".

Про інцидент розповів Главком. Чоловік повідомив про замінування багатоповерхівки, в якій сам проживав. Киянин зазначив, що бомба закладена у підвалі, і йому про це розповів знайомий. Як з'ясувалося, замінування було фейковим, а киянин чинив усе це заради розваги.

Отримавши повідомлення про замінування, правоохоронцям на початку довелося евакуювати 50 мешканців, які в цей час знаходилися в будинку, після чого вони приступили до пошуків вибухового пристрою. Після того, як вибухівки не знайшли, у поліції одразу ж запідозрили чоловіка за надання неправдивій інформації.

## Порушення стандарту відокремлення фактів від коментарів

### На Тернопільщині помер знаний патріот і голова сільської ради (ФОТО)

На Тернопільщині обірвалося життя знаного патріота України та громадського діяча, колишнього голови сільської ради Петра Попілевича.

Про трагічну подію повідомили на сторінці спільноти в мережі [Фейсбук](#).

"Білокриницька громада Кременецького ОТГ висловлює співчуття рідним та близьким з приводу смерті Попілевича Петра Івановича - колишнього голови сільської ради.

Добрий і світлий спомин про Петра Івановича назавжди залишиться у серцях рідних, колег і односельчан.

## Порушення стандарту відокремлення фактів від коментарів

Свою позицію щодо того, що відбувалось на сцені фестивалю висловив і міський голова Сергій Надал. Він взагалі пригрозив заборонити фестиваль, якщо на ньому будуть виступати російські гурти та будуть представлені виступи, які будуть ображати почуття віруючих людей.

"Я категорично проти будь-яких антихристиянських заходів у Тернополі! І хоч Тернопільська міська рада не є організатором фестивалю «Файне місто», буде проведено розмову з організаторами фестивалю за участі правоохоронних органів. Або організатори зобов'язуються проводити фестиваль «Файне місто» без антихристиянських гуртів, символів, без участі гуртів з Росії, або не проводити його взагалі."

## Неправильне написання словосполучення «згідно Закону».

З якими питаннями найчастіше звертаються?

До команди правової допомоги найбільше зверталися із запитом щодо внесення змін до реєстраційних даних (коригування у статуті мети та завдань організацій громадянського суспільства, включення до статуту такого напрямку діяльності як "сприяння обороноздатності та мобілізаційної готовності країни, захисту населення у надзвичайних ситуаціях мирного і воєнного стану" згідно Закону № 5073), документальне оформлення надання адресної благодійної допомоги у вигляді одягу

### Неправильне написання словосполучення «на протязі»



Бажаєте самостійно оцінити переваги встановлення гарної теплиці у себе на ділянці? Зверніться до компанії «Нова Теплиця». На протязі декількох років організація веде успішну діяльність. Вся продукція безпосередньо від надійного виробника. На вироби надається гарантія від 20 років. У ході роботи фахівці уважно ставляться до побажань та вимог кожного замовника. Є можливість виконати індивідуальне конструювання. До вагомих переваг співпраці з компанією «Нова Теплиця» відносять:

### Неправильне написання прислівника «на жаль»

10:15, 8 червня

#### Пожежа у центрі Тернополя: загинула людина



*Пожежа сталася у центрі Тернополя на вулиці Сагайдачного, на жаль є загиблі.*

Неправильне написання прислівника «до речі»

витратити виграні гроші Василь ще не вирішив, але точно фінансово допоможе батькам.

Доречі, на касах мережі маркетів «Сім23» продаються й інші державні лотереї, у які можна виграти дуже великі гроші.



Неправильне написання прислівника «до речі»