

О. Б. Половінкін

Популярні Інтернет-проекти як джерело інформації для журналіста

Розвиток Інтернету на початку ХХІ століття зумовив значні зміни в сучасній журналістиці. Поява соціальних мереж, відеопорталів і фоторесурсів кардинально вплинула на роботу ЗМІ. На сучасному етапі одним із головних критеріїв збирання та розповсюдження інформації стає ефективне використання журналістами сучасних Інтернет-проектів.

Мета наукової студії – дослідити такі популярні Інтернет-явища, як «Вікіпедія», «YouTube» та соціальні мережі як джерело інформації для медійника.

У сучасному журналістикознавстві Інтернет-явища залишаються мало дослідженими. Частково до цієї теми звертаються Д. Гол, О. Калмиков і Л. Коханова, А. Сенюк і М. Халер. Майже не існує наукових студій про проекти «Web 2.0» («Вікіпедію», «YouTube», соціальні мережі тощо), що зумовлює виключну актуальність зазначеної проблеми.

Сучасні соціальні мережі первісно створювалися для пошуку друзів і знайомих, але згодом перетворилися в «енциклопедію приватної інформації». В Україні найпопулярнішою соціальною мережею є «ВКонтакте.ru», в якій зареєстровано більше ніж 5 мільйонів наших співвітчизників. За допомогою цього Інтернет-ресурсу можна легко знайти інформацію про події, які відбудуться у тому чи іншому місті найближчим часом: онлайн її передають самі користувачі. Друге місце займають «Однокласники.ru», які від попереднього ресурсу відрізняються не лише зовнішнім оформленням, а й функціями (повністю відкрита інформація усіх зареєстрованих осіб). Групи в соціальних мережах – цікаве джерело інформації для «вузьких тем» (наприклад, медійник, що працює з те-

мою регіонального футболу, в соціальній мережі може знайти спільноту «Фанати харківського футболу», що стане цікавим джерелом тих чи інших повідомлень).

«YouTube» є сервісом, який надає місце на своєму сайті для розміщення відеоматеріалів. Його користувачі можуть додавати, продивлятися та коментувати певні відеозаписи. На сьогодні «YouTube» є настільки значущим явищем у медіа-світі, що з ним рахується навіть телебачення. Багато медіа-компаній створюють офіційні акаунти на ресурсі, здійснюючи у такий спосіб просування через сервіс своєї продукції. «Вікіпедія» (Інтернет-енциклопедія) дозволяє оперативно дізнаватись про нові дослідження та факти, які були оприлюднені в більш-менш авторитетних паперових виданнях. Це не платформа для суб'єктивізму, не місце для дискусій, але місце для переносу вже визнаних досліджень, тобто ця онлайн-енциклопедія залежить насамперед від офлайнових видань: газет, книг, журналів тощо.

Таким чином, популярні Інтернет-проекти, які базуються на технології «Web 2.0» (тобто ресурси, що працюють за принципом «користувачі-сайт-користувачі»), сьогодні є важливим джерелом інформації для сучасного журналіста. Однак, зважаючи на те, що новітні Інтернет-явища є практично недослідженими у вітчизняному журналістикознавстві, вважаємо поглиблене вивчення етичних, правових та інших аспектів використання Інтернету в ЗМІ виключно актуальним і перспективним.