

І. В. Зайцева

кандидат педагогічних наук
доцент кафедри мовної підготовки та соціальних комунікацій
e-mail: zivia@ukr.net, ORCID: 0000-0002-4149-2916
Державний податковий університет
вул. Університетська, 31, м. Ірпінь, 201800, Україна

А. Д. Криворучко

e-mail: antoasteroff@gmail.com, ORCID: 0000-0003-4706-4207
Державний податковий університет
вул. Університетська, 31, м. Ірпінь, 201800, Україна

НОВИННА ЖУРНАЛІСТИКА В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Мета дослідження полягає у висвітленні теоретичних аспектів та особливостей розвитку новинної журналістики в умовах інформаційного суспільства.

Методологія дослідження. Основою дослідження є інформаційний, аксіологічний, культурологічний, системний, діяльнісний підходи. Використано такі методи: аналізу й синтезу, індукції та дедукції, узагальнення – для визначення особливостей розвитку новинної журналістики в умовах інформаційного суспільства.

Результати. У статті проаналізовано модус осмислення категорії новини в журналістиці нової формації. Розглянуто основні тенденції новинної журналістики в різних типах ЗМІ. Акцентовано, що тексти різних типів ЗМІ використовують для різнопланових цілей – текст може мати вербальні особливості, якщо він написаний для газети; акустичний характер – для радіо; поєднувати акустичні та візуальні особливості – для новин у сфері телебачення. Це зумовлено тим, що журналістські тексти увібрали в себе стандарти та особливості, еволюціонуючи від текстів для газети до текстів для телебачення. Визначено, що новинні тексти в різних типах ЗМІ мають одночасно і спільні, і відмінні особливості залежно від технічних можливостей та функцій самих ЗМІ, а також означено, що журналістські тексти сформували свою стилістичну та мовленнєву специфіку, яку враховують під час виробництва самих новинних текстів, які взаємно поширюються між різними типами ЗМІ.

Новизна. Визначено, що мережевий новинний текст є не лише засобом інформування читачької аудиторії, а й впливає на її світосприйняття, формуючи громадську думку, через відбір інформації, коментування і навіть через послідовність викладення новин.

Практичне значення. Результати дослідження можуть бути використані в практичній медіадіяльності та в процесі вивчення професійно орієнтованих курсів спеціальності «Журналістика».

Ключові слова: інформація, інформаційне суспільство, новинна журналістика, новина.

І. Вступ

У світі, де технології отримання та передачі інформації постійно вдосконалюються, а нова інформація продається на рівні продукту, особливу роль у житті людей відіграють засоби масової інформації. У сучасному інформаційному суспільстві роль інформації надзвичайно зросла. Із початком переходу від індустріального до інформаційного суспільства масмедіа набувають усе більшого впливу [7, с. 10]. Це особливо виявляється в тому, що суспільство після переходу від індустріального поступово надає регулятивні функції саме засобам масової інформації як важливому соціальному інституту, який охоплює значну частину життя людей. Тому для цієї епохи актуальним стало виникнення інтернету, що задало нові інформаційні стандарти та надало поштовху розвитку ЗМІ, забезпечило пошук актуальних регулятивних підходів і розставило нові акценти. Створення мережі Інтернет, на нашу думку, найбільше позначилося на одній з інституційних частин ЗМІ – журналістиці.

Журналістика – важливий соціальний інститут, що забезпечує реалізацію всебічного та об'єктивного інформування всіх суб'єктів суспільства, насамперед мас – аудиторій, які постійно мають потребу дізнаватися щось нове про світ та події в ньому.

Проблему доступу людини до інформації сприймають на сучасному етапі особливо гостро, адже сьогодні кожен бажає постійно отримувати оновлену інформацію. В еру інформаційного суспільства такі тенденції простежуються в усьому світі. Тому начасі людське життя тією чи ін-

шою мірою пов'язане з використанням пристроїв передавання та зчитування інформації, телебачення, а також мережі Інтернет. Сьогодні саме у всесвітній павутині найбільше зосереджені засоби масової інформації, а розвиток телебачення досягнув своєї досконалості. Проте, це не означає, що люди не будуть користуватися більш традиційними каналами комунікації та отримання інформації, серед яких особливу роль відіграють преса та радіо. У цих видах засобів масової інформації категорія новин має величезне значення для глядача, читача, слухача, є домінуючою, а також виконує надзвичайно важливу роль у процесі комунікації. Саме тому до організації процесу відбору та подачі новинних матеріалів ставляться особливо відповідально, адже насиченість новинами різного настрою формує світосприйняття індивідів і, відповідно, впливає на формування громадської думки про ситуацію в межах країни з політичної та суспільної сторін, що є надзвичайно актуальним, оскільки новина є основою журналістики – це особливість подійної інформації, яка в момент свого виникнення (чи пізнання її аудиторією) несе додатковий і якісно інший фактаж порівняно з тим, що вже відомий суспільству, а також відзначається дієвістю та впливом на її сприймача [12, с. 2].

Інформаційною базою дослідження стали праці зарубіжних і українських науковців, серед яких О. Білоус, З. Вайшенберг, Х. Гаджиомарова, С. Котляр, Г. Назаренко, Л. Павленко, Ю. Ракерс, Н. Ротон, О. Чайковська та ін. Зокрема, З. Вайшенберг та Ю. Ракерс акцентують увагу на тому, що добір та подача інформації здійснюються на основі професійних правил, затверджених саме редакціями [3]. О. Чайковська підкреслює, що подача новин вибудована від найважливішого до неважливого [16]. На погляд О. Мелещенка, практика побудови композиції новини за правилом оберненої піраміди перетворилася на шаблон, що заважає появі нових підходів у відборі та подачі новин [10]. О. Білоус наголошує, що для кращого сприймання радіоматеріалу його потрібно структурувати способом, що надає можливість слухачам легше засвоїти інформацію [1].

II. Постановка завдання та методи дослідження

Метою дослідження є висвітлення теоретичних аспектів та особливостей розвитку новинної журналістики в умовах інформаційного суспільства.

Для досягнення поставленої мети необхідно розв'язати такі завдання:

- проаналізувати модус осмислення категорії новини в журналістиці нової формації;
- простежити основні тенденції новинної журналістики в різних типах ЗМІ.

Основою дослідження є інформаційний, аксіологічний, культурологічний, системний, діяльнісний підходи. Використано такі методи: аналізу й синтезу, індукції та дедукції, узагальнення – для визначення особливостей розвитку новинної журналістики в умовах інформаційного суспільства.

III. Результати

У журналістиці категорія новини має домінуючу частку в усіх сучасних та популярних типах засобів масової інформації. До традиційних ЗМІ належать:

– преса (газети) – періодичні видання, на сторінках яких висвітлюються новини різноманітного характеру – політичні, суспільні, господарські тощо. Крім звичайних заміток, є новинні матеріали й більш аналітичного спрямування: статті, кореспонденція тощо;

– радіо – засіб бездротової передачі та отримання інформації. У цьому випадку йдеться саме про радіо як один із засобів масової інформації, а також про радіостанції в контексті установи, що займається радіомовленням. У новинних радіопрограмах висвітлюють новини, проте не так детально, як у пресі. По суті, це поверхове охоплення новини;

– телебачення – тип ЗМІ, що об'єднує всі особливості вищезгаданих типів, тобто аудіовізуальний комплекс. Це дає змогу за короткий час висвітлення новини наситити сюжет звуковим та візуальним фоном. Телебачення використовує напрацювання вищезгаданих типів ЗМІ [3].

Дослідивши історію преси, можна констатувати, що основні стандарти журналістики було сформовано саме в періодичних виданнях. Тому газети, як предмет вивчення стандартизованої журналістики, посідають провідне місце в журналістських школах. Тут факт існує у своєму первинному вигляді, що зумовлено жорсткими правилами, яких ретельно дотримувалися журналісти. Таким прикладом може бути правило перевернутої піраміди (правило вибудовування композиції за принципом розміщення інформації за зниженням важливості, тобто найважливіше – зверху, а менш важливе – знизу), формула Квінтіліана (висновок про подію можна зробити, якщо є відповіді на сім запитань: Хто? Що зробив? Де?...), шість правил наближень інтересів (правило, за яким віддалення новини від міста, де вона трапилася, може зробити новину менш цікавою для людей з інших міст) тощо [12].

Преса задає стандарти іншим видам ЗМІ: радіо, телебаченню, інтернет-журналістиці. Проте трапляються випадки, коли сучасні журналісти порушують правила, виходячи за межі стандартів, тим самим змінюючи усталену композицію, що може призвести до нерозуміння аудиторією суті журналістського тексту. Саме тому періодичні видання, на наш погляд, є важливим першоджерелом журналістської освіти.

Зауважимо, що категорія новини в періодичних виданнях має більш стандартизований вигляд – усталені правила написання новин у газетах не змінюються. Також можна зазначити, що сучасна преса, особливо українська, якщо говорити про об'єктивність новини, має частку суб'єктивності, так званого авторського «я», найчастіше у вигляді роздумів та аналізу описаної в тексті події. Закордонні ж видання, особливо американські, зберегли тенденцію до неупередженого висвітлення новини. У них об'єктивний опис та виклад «подієвої» інформації домінує. У цьому контексті варто акцентувати, що із часом недбале ставлення до правил новинної журналістики гарантовано призводить до неякісного журналістського продукту [11, с. 24].

Щодо жанрового наповнення новинних матеріалів у періодичних виданнях, то за середньою частотою появи на сторінках газет можна виділити три найпоширеніші жанри: замітка, репортаж та інтерв'ю.

Замітка – найкоротший жанр інформаційної групи, у якому точно, стисло й оперативно подається повідомлення про окремі події або факти, що мають суспільне значення. Вона відповідає на запитання «що?», «де?», «коли?» трапилось або відбулось. Цінність замітки полягає в її: новизні; сенсаційності; оперативності [12, с. 51]. Цей найдавніший та найпростіший жанр має найбільшу частоту появи на сторінках преси, при цьому він – найважливіший, адже саме замітка дає змогу максимально об'єктивно та доступно висвітлити події.

Репортаж – оперативний інформаційний жанр преси, радіо, телебачення, інтернету, у якому динамічно, з документальною точністю, яскраво й емоційно, у виразній публіцистичній формі відтворюються картини дійсності в їхньому розвитку через безпосереднє сприйняття автора, що створює ефект присутності самого читача, радіослухача, телеглядача на місці події [15, с. 108]. Завдяки репортажу можна найдетальніше висвітлити подію, передати її тон, настрої. Журналіст використовує різні прийоми текстотворення для залучення читача до того, що відбувається в момент, який автор описує. Завдяки наповненості та інтересу репортаж є популярним у періодичних виданнях. Проте журналіст повинен уміти виділяти найголовніше зі своїх спостережень, чітко вибудовувати композицію.

Інтерв'ю – один з інформаційних жанрів журналістики та публіцистики, у якому подається вільний виклад розмови журналіста з особою, думки або коментарі чи враження якої з певних актуальних життєвих питань становлять громадський інтерес і призначені для публікації в пресі, показу на телебаченні, трансляції по радіо, використання в інтернеті тощо [13, с. 145]. Інтерв'ю дає змогу викласти новину чи враження від неї у формі «питання-відповідь» або лише відповідей. Через інтерв'ю журналіст може відобразити суб'єктивну точку зору респондента, а також використати інтерв'ю для підтвердження фактів щодо урядових постанов, офіційних документів тощо.

Також інтерв'ю популярне не як жанр, а як метод збирання інформації, тому що дає змогу журналісту проводити опитування, розглядаючи явища та події з різних позицій, використовуючи думки відомих людей для підтвердження тих чи інших фактів тощо.

Варто зазначити, що модернізувало тенденції журналістики радіо, що певною мірою підготувало аудиторію до виникнення телебачення (у сенсі прямих трансляцій із місця подій, зачитування новин у прямому ефірі, звукового супроводу тощо).

Досліджуючи суть новинних жанрів у вертикалі самого радіо, можна констатувати, що протягом усього періоду його існування помітних змін не відбулося: за своєю суттю новина залишилася новиною – журналіст використовує ті самі інструменти для отримання інформації, користується такими самими правилами відбору та написання матеріалу.

Композицію ж радіовипусків ототожнюють з газетою, бо вона має подібну жанрову систему, заголовковий комплекс, рубрики тощо. Радіомовлення, саме з журналістської точки зору, покращило стан тогочасних новинних жанрів, значно розширивши деякі з них. Одним із таких жанрів є репортаж – у час популярності радіожурналістики репортаж викликав у слухачів посилений ефект присутності через під'єднання до сприйняття звукового каналу, завдяки чому слухач міг не тільки почути про новину, а й «відчути» на собі.

Відбулися зміни й у жанрі інтерв'ю. У газетах інтерв'ю було побудоване за схемою «запитання-відповідь» або ж просто містило опрацьовані журналістом відповіді, підбиті композиційно, щоб виділити основну думку. З появою радіомовлення інтерв'ю почали проводити наживо, аби сам автор відповідей міг передати через тон емоційне забарвлення повідомлення. До того ж така практика проведення інтерв'ю значно полегшила роботу журналіста, який раніше дуже часто не встигав записати думки, озвучені респондентом.

Окрім репортажу та інтерв'ю, радіожурналістика має жанри, дещо модернізовані під тогочасні реалії у зв'язку з технологічним процесом. Наприклад, у газеті автор викладав матеріал, використовуючи лише мовні засоби власне написаного тексту. А коли журналіст-диктор або журналіст-коментатор озвучує новину, тут, окрім самого написаного тексту, особливу роль відіграє тон висловлювання, емоційно забарвлена лексика тощо [2, с. 5].

У процесі дослідження ми переконалися, що радіо переважно зберегло з новинної журналістики напрацювання з добору та написання матеріалу, розроблені в пресі. Ідеться про те,

що радіоповідомлення має відповідати таким вимогам: новизна й свіжість, точність і доказовість, правдивість і об'єктивність, повнота й збалансованість, задоволення читацького інтересу, лаконічний стиль і бездоганність формулювань, що забезпечує чіткість висловлювання.

З появою інтернету більшість радіостанцій трансформували свою діяльність у альтернативу радіо – прямі трансляції, підкасти. Це так зване інтернет-радіо, яке не потребує радіоприймача, тому що самим приймачем сигналу є користувач, підключений до мережі Інтернет. Саме інтернет вдихнув нове життя у сферу радіомовлення.

Варто зазначити, що, незважаючи на появу інтернету, новинне телебачення не втратило своєї популярності й донині, адже для того, щоб телевізійний матеріал був належно оцінений глядачами як щось соціально значуще, його створюють таким, аби він провокував виникнення емоцій, викликав інтерес як головну мотиваційну складову сприйняття, уваги й пізнання. Інтерес спрямовує та підтримує інтелектуальну активність людини [6, с. 4]. Тобто матеріал на телебаченні має бути презентовано, аби заохотити людину до перегляду, сприйняття й аналізу поданої інформації, спонукати робити певні висновки з почутого та побаченого. У цьому контексті варто згадати, що, наприклад, у новинному блоці регіонального телебачення переважають інформаційні сюжети міського та обласного значення. Місцеві медійники демонструють якісні й кількісні зміни регіону. Це може бути ремонт доріг, комунальних закладів, допомога малозабезпеченим верствам населення, будівництво нових об'єктів [9, с. 71], що є надзвичайно актуальним для мешканців конкретного регіону.

Особливістю телебачення є те, що воно одночасно впливає на два органи чуття – зір та слух. Це дає змогу ЗМІ здійснювати потужний вплив на аудиторію, використовуючи різні прийоми: звуковий супровід та тон, динамічність, емоційність, а також ілюстративний матеріал – різні зображальні прийоми для фокусування глядача на зображеннях через їхню наповненість, динамічність тощо. Тут акцентовано на тому, що при роботі зі створення матеріалу телевізійного характеру варто послуговуватися різними прийомами аудіовізуального впливу на людину. Така практика поширена у формуванні в споживачів новин громадської думки і є одним із засобів впливу ЗМІ на маси.

Отже, новинна журналістика, репрезентована спочатку в газеті, сформувала основні правила та стандарти, еволюціонувала з появою нових видів ЗМІ: радіо, телебачення, інтернету.

Як бачимо, категорія «новина» в журналістиці відіграє важливу роль, особливо це стосується журналістики нової формації. Сучасний тип новин та принципи їхньої побудови виникли разом із появою в Сполучених Штатах Америки комерційної журналістики, яка використовує всі попередні напрями (зокрема, пресу, телебачення, радіо тощо), додаючи ще одну вертикаль – інтернет. З одного боку, це позитивно, а з іншого – призводить до поступового «знецінення» більш традиційних засобів подачі інформації – преси, радіо. Ми поділяємо думку дослідників, які акцентують: якщо інтернет-видання будуть домінувати над паперовими, у майбутньому роль газет знеціниться, що може призвести до повного зникнення газети як такої. Проте, на думку фахівців, газети втрачають популярність, насамперед, через поступову деградацію стандартів, що пов'язано з некомпетентністю сучасних журналістів, а також зумовлено незграбною подачею фактів і тим, що переобтяжені інформацією речення ускладнюють сприймання новин [4, с. 19].

IV. Висновки

Інтернет у новинній журналістиці нової формації має важливе значення, як умова для створення та розвитку так званої гіпертекстуальності, а саме: «м'якого» тексту комп'ютера, постійно готового до трансформації [14, с. 56]. По суті, це текст, поєднаний з іншими текстами, документами, сайтами, які безпосередньо пов'язані із самим текстом. Якщо в тексті наявний так званий гіпертекст, то це дозволяє переходити від одного рівня до іншого, що створює нелінійність, можливу фрагментарність, а це, у свою чергу, надає можливість додати тексту насиченості, навіть, після повного його написання та редагування. Отже, саме завдяки умові гіпертекстуальності, перед користувачем відкриваються великі можливості у плані свободи вибору та навігації через інтернет-ресурси, серед яких кожен користувач може вибрати той, який вважатиме за потрібне [8, с. 58].

У цьому контексті варто зазначити, що важливою специфічною особливістю мережевих новин є також швидке оновлення контенту в режимі реального часу, тобто навіть якщо автор побачить, що помилився в написанні слова чи не вказав покликання на джерело, у нього є можливість відредагувати матеріал. Окрім редагування тексту, кожне інтернет-видання може додавати контент від різних авторів, який у режимі реального часу оновлюється та відображається на пристроях читацької аудиторії після перезавантаження сайту. При цьому головні функції традиційних та інтернет-ЗМІ залишаються такими самими – інформаційна (інформативна), впливова (перетворювальна), інтерпретаційна (ідеологічна) [14, с. 57].

Зазначене вище вказує на те, що мережевий новинний текст виступає не лише засобом інформування читацької аудиторії, а й впливає на її світосприйняття, формуючи громадську думку, через відбір інформації, коментування і навіть через послідовність викладення новин.

Варто також звернути увагу на те, що особливу роль у телевізійній новинній журналістиці ще до появи інтернету відігравали рейтинги, а саме: популярність, одночасна кількість переглядів каналів або конкретних телепрограм. Із часом зародження мережевих ЗМІ цю практику почали використовувати й вони. Тому наразі редакції і телевізійних, і мережевих новин вимагають від автора матеріалу створювати заголовок, який максимально привертатиме увагу користувача мережі Інтернет: «У МОЗ розповіли, де можна не носити маски», «Як захиститися від коронавірусу», «Пародія на демократію...», «В Одесі не будуть впроваджувати карантин вихідного дня», «У Харкові обстріляли консульство Азербайджану», «Чи буде новорічний локдаун?».

Ще однією особливістю нової новинної журналістики є так звані сенсаційні матеріали – унікальні події або такі, які справляють надзвичайне враження. Наприклад, це подія, що може приголомшити читача особливістю, окресливши свою важливість різними методами впливу на людину: підбору слів, шрифту тощо. Прикладом може слугувати такий заголовок: «Відомий вчешний зміг оживити свою померлу 5 років тому дружину! Ти не повіриш з ким він живе зараз!». Насправді ж ця новина є так званим клікбейтом або таблоїдом – заголовком, який заохочує читача «клікнути» та перейти на нього. Клікбейт так само, як і таблоїд, можна назвати одним із різновидів сенсації. Та якщо говорити про сенсації загалом, то вони є прерогативою «жовтої преси» – сумнівної за змістом матеріалів, яка дозволяє привертати й утримати увагу читачів пікантними подробицями чужого життя.

У сучасних ЗМІ також яскраво виражене «прикрашення новин», тобто пошук позитивних аспектів негативної події, нівелюючи окремі факти. Ми поділяємо думку З. Вайшенберга, яку він висловив у своєму навчальному посібнику з журналістики: «Сьогодні цей “реальний світ” наплегливо прикрашають професіонали в галузі масової комунікації. Усе це називають “Public Relations” або “робота з громадськістю”» [3, с. 5]. Ця теза, на думку фахівців, надзвичайно влучно відображає суть сучасної журналістики.

Таким чином, сучасна новинна журналістика зосередила свої видання саме в цифровому просторі – це дало змогу редакціям та авторам матеріалів оперативно надавати нову інформацію та оновлювати її в режимі реального часу, а також створило нові стандарти й розставило пріоритети для аудиторії, журналістів та самих видань. Однак, це негативно позначилося на традиційній журналістиці – спостерігається поступове знецінення паперової преси через втрату інтересу читачів до традиційних ЗМІ. Окрім того, інтернет-журналістика викликала у споживачів значний інтерес до «жовтої преси» через формат доступності та привертання уваги через пікантність інформації.

Список використаної літератури

1. Білоус О. Основні методичні засади функціонування інформаційних теле- і радіожанрів. *Теле- та радіожурналістика*. 2020. № 19. С. 95–112.
2. Бобаль Н. Р. Тексти ЗМІ: структура та зміст поняття. *Сучасні підходи та інноваційні технології формування іншомовної комунікативної компетентності*. 2012. № 30. С. 234–235.
3. Вайшенберг З., Ракерс Ю. Новинна журналістика : навч. посіб. : стандарти якості журналістської практики. Київ, 2011. Вип. 34. С. 61–67.
4. Гаджиомарова Х. И. Нурбагандова Л. А. Принципы отбора и построения информационных сообщений на радио. *Международный научно-исследовательский журнал*. 2017. № 3. С. 10–12.
5. День : газета. 2018. № 1. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/arhiv/no1-2018> (дата звернення: 29.11.2022).
6. День : газета. 2020. № 30. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/arhiv/no30-2020> (дата звернення: 29.11.2022).
7. Гарматій О. В. Інформаційні жанри як пріоритетні у практиці інформагентств. *Поліграфія і видавнича справа*. 2015. № 69. С. 141–148.
8. Звягінцева Ю. В. Новинний блок регіонального телебачення, особливості подання контенту. URL: http://www.dnu.dp.ua/docs/zbirniki/fszmk/program_5a5f83706538f.pdf (дата звернення: 10.09.2022).
9. Короткометражний фільм Solitude режисерки Єлизавети Сміт візьме участь у фестивалі Raindance. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/news/170920-korotkometrazhnyy-film-solitude-rezhyserky-yelyzavety-smit-vizme-uchast-u-festyvali> (дата звернення: 30.09.2022).
10. Мелещенко О. Альтернативна структура новини для радіо і телебачення. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*. 2013. № 37. С. 259–263.
11. Назаренко Г. І. Журналістські жанри: інформаційні. Київ : Київський міжнародний університет, 2006. 169 с.
12. Наукові дослідження українського медійного контенту: соціальний вимір. *Інститут журналістики*. 2018. № 1. С. 142.
13. Павленко Л. Г. Особливості підготовки новинних радіопрограм з України для закордонної аудиторії. Київ, 2007. С. 181–184.

14. Соломін Є. Особливості верстки телевізійних новин на регіональному телебаченні. *Вісник Львівського університету*. 2011. № 34. С. 61–70.
15. У Дніпрі знайдено могилу Олександра Поля. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/news/120920-u-dnipri-znaydeno-mogylu-oleksandra-polya> (дата звернення: 03.12.2021).
16. Чайковська О. Ю. Поняття «новини та теленовини»: концепції та основні ознаки. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&image_file_name=PDF/Sdzif_2015_13_35.pdf (дата звернення: 29.11.2021).

References

1. Bilous, O. (2020). Osnovni metodychni zasady funktsionuvannya informatsiynykh tele- i radiozhanriv [The main methodological principles of the functioning of informational TV and radio genres]. *Tele- ta radiozhurnalistyka*, 19, 95–112 [in Ukrainian].
2. Bobal, N. R. (2012). Teksty ZMI: struktura ta zmist ponyattya [Mass media texts: structure and content of the concept]. *Suchasni pidkhody ta innovatsiyni tekhnolohiyi formuvannya inshomovnoyi komunikativnoyi kompetentnosti*, 30, 234–235 [in Ukrainian].
3. Vayshenberh, Z., & Rakers, Yu. (2011). *Novynna zhurnalistyka : standarty yakosti zhurnalist-skoyi praktyky* [News journalism: quality standards of journalistic practice]. Kyiv [in Ukrainian].
4. Gadzhiomarova, H. I., & Nurbagandova, L. A. (2017). Printsipy otbora i postroyeniya informatsionnykh soobshcheniy na radio [Principles of selection and construction of information messages on the radio]. *Mezhdunarodnyy nauchno-issledovatel'skiy zhurnal*, 3, 10–12 [in Russian].
5. Den [The newspaper «The Day»]. (2018). № 1. Retrieved from <https://day.kyiv.ua/uk/arhiv/no1-2018> [in Ukrainian].
6. Den [The newspaper «The Day»]. (2020). № 30. Retrieved from <https://day.kyiv.ua/uk/arhiv/no30-2020> [in Ukrainian].
7. Harmatiy, O. V. (2015). Informatsiyni zhanry yak priorytetni u praktytsi informahentstv [Information genres as priority in the practice of information agencies]. *Polihrafiia i vydavnycha sprava*, 69, 141–148 [in Ukrainian].
8. Zvyahintseva, Yu. V. (2020). Novynnyi blok rehionalnoho telebachennya, osoblyvosti podannya kontentu [News block of regional television, features of content presentation]. Retrieved from http://www.dnu.dp.ua/docs/zbirniki/fszmk/program_5a5f83706538f.pdf [in Ukrainian].
9. Korotkometrazhnyy film Solitude rezhysersky Yelyzavety Smit vizme uchast u festyvali Raindance [The short film Solitude directed by Elizaveta Smith will participate in the Raindance festival]. Retrieved from <https://day.kyiv.ua/uk/news/170920-korotkometrazhnyy-film-solitude-rezhysersky-yelyzavety-smit-vizme-uchast-u-festyvali> [in Ukrainian].
10. Meleshchenko, O. (2013). Alternatyvna struktura novyny dlya radio i telebachennya [An alternative news structure for radio and television]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriya zhurnalistyka*, 37, 259–263 [in Ukrainian].
11. Nazarenko, H. I. (2006). *Zhurnalistychni zhanry: informatsiyni* [Journalistic genres: informative]. Kyiv: Kyivskyy mizhnarodnyy universytet [in Ukrainian].
12. Naukovi doslidzhennya ukrayinskoho mediynoho kontentu: sotsialnyy vymir [Scientific research of Ukrainian media content: social dimension]. (2018). *Instytut zhurnalistyky*, 1, 142 [in Ukrainian].
13. Pavlenko, L. H. (2007). *Osoblyvosti pidhotovky novynnykh radioprogram z Ukrayiny dlya zakordonnoyi audytoriyi* [Peculiarities of preparing news radio programs from Ukraine for foreign audiences]. Kyiv [in Ukrainian].
14. Solomin, Ye. (2011). Osoblyvosti verstky televiziynykh novyn na rehionalnomu telebachenni [Peculiarities of the layout of television news on regional television]. *Visnyk Lvivskoho universytetu*, 34, 61–70 [in Ukrainian].
15. У Дніпрі знайдено могилу Олександра Поля [The grave of Oleksandr Pol was found in the Dnipro]. Retrieved from <https://day.kyiv.ua/uk/news/120920-u-dnipri-znaydeno-mogylu-oleksandra-polya> [in Ukrainian].
16. Чайковська, О. Ю. Поняття «новини та теленовини»: контseptsiyi ta osnovni oznaky [The concept of «news and TV news»: concepts and main features]. Retrieved from http://www.irbisnbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&image_file_name=PDF/Sdzif_2015_13_35.pdf [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 29.11.2022.

Received 29.11.2022.

Zaitseva I., Kryvoruchko A. News Journalism in the Information Society

The purpose of the work is to highlight the theoretical aspects and features of the development of news journalism in the conditions of the information society.

Research methodology. The research is based on informational, axiological, cultural, systemic, activity approaches. The following methods were used: analysis and synthesis, induction and

deduction, generalization – to determine the peculiarities of the development of news journalism in the conditions of the information society.

Results. The article analyzes the mode of understanding the category of news in the journalism of the new formation. The main tendencies of news journalism in different types of mass media are considered. It is emphasized that texts of different types of mass media are used for various purposes – the text can have verbal features if it is written for a newspaper; acoustic character – for radio; combine acoustic and visual features to create text for television news. This is due to the fact that journalistic texts have absorbed standards and features, evolving from texts for newspapers to texts for television. It is determined that news texts in different types of media have both common and different features depending on the technical capabilities and functions of the media, and journalistic texts have formed their stylistic and speech specifics, which are used in the production of news texts, which are mutually distributed between different types of mass media.

Novelty. It was determined that the network news text acts not only as a means of informing the readership, but also influences its worldview, forming public opinion through the selection of information, commenting, and even through the sequence of news presentation.

Practical significance. The results of the study can be used in practical media activities and in the process of studying professionally oriented courses of the specialty «Journalism».

Key words: information, information society, news journalism, news.

Zajcewa I., Kryworuczko A. Dziennikarstwo informacyjne w warunkach społeczeństwa informacyjnego

Cel badania polega na wyświetleniu aspektów teoretycznych oraz osobliwości rozwoju dziennikarstwa informacyjnego w warunkach społeczeństwa informacyjnego.

Metodologia badania. Podstawą niniejszego badania są informacyjne, aksjologiczne, kulturowe, systemowe oraz aktywnościowe podejścia. Wykorzystano następujące metody: analiza oraz synteza, metoda indukcji i dedukcji, uogólnienie – w celu określenia osobliwości rozwoju dziennikarstwa informacyjnego w warunkach społeczeństwa informacyjnego.

Wyniki. W niniejszym artykule przeanalizowano modus uświadomienia kategorii wiadomości w dziennikarstwie nowej formacji. Rozpatrzono główne tendencje dziennikarstwa informacyjnego w różnych typach środków masowego przekazu. Podkreśla się, że teksty różnych typów środków masowego przekazu są wykorzystywane do różnych celów – tekst może mieć cechy werbalne, jeżeli jest napisany dla gazety; charakter akustyczny – dla radia; połączenia akustycznych oraz wizualnych osobliwości – dla tworzenia tekstu dla wiadomości w zakresie telewizji. Wynika to z faktu, że teksty dziennikarskie wchłonęły standardy oraz osobliwości, ewoluując od tekstów dla gazet do tekstów dla telewizji. Ustalono, że teksty informacyjne w różnych typach środków masowego przekazu posiadają zarówno cechy wspólne, jak i odmienne, w zależności od możliwości technicznych oraz funkcji samych środków masowego przekazu; również oznaczono, że teksty dziennikarskie ukształtowały swoją stylistyczną i językową specyfikę, która jest wykorzystywana w trakcie produkcji samych tekstów informacyjnych, wzajemnie szerzących się pomiędzy różnymi typami środków masowego przekazu.

Nowość. Ustalono, że sieciowy tekst informacyjny jest nie tylko środkiem poinformowania czytelników, lecz także wpływa na ich światopogląd, kształtując opinię publiczną poprzez selekcję informacji, komentowanie, a nawet poprzez kolejność przedstawienia wiadomości.

Znaczenie praktyczne. Wyniki badania mogą być wykorzystane w praktycznej działalności medialnej, a także w procesie studiowania kursów zawodowych na kierunku «Dziennikarstwo».

Słowa kluczowe: informacja, społeczeństwo informacyjne, dziennikarstwo informacyjne, wiadomość.