

СЕКЦІЯ 4. РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ СУСПІЛЬСТВА

БЛОГОВА ЖУРНАЛІСТИКА ЯК НОВАТОРСЬКА СФЕРА РЕГІОНАЛЬНОЇ ПРЕСИ

Зубарець А. В.

*асистент кафедри соціальних комунікацій
Міжнародного економіко-гуманітарного університету
імені академіка Степана Дем'янчука
м. Рівне, Україна*

Сучасна соціокомунікативна сфера формує нову реальність в межах якої новітні медіа вимушенні безупинно адаптуватися до нових умов. Якщо у межах загальнонаціональних ЗМК це відбувається відносно швидко, то регіональна журналістика перебуває на нижчому щабелі: «...передові друковані ЗМІ прагнуть отримати все можливе з так званих кросмедійних технологій, добре засвоївши ту думку, що до Інтернету слід ставитися як до додаткового високоефективного майданчика для роботи. Регіональні газети в останні роки було прийнято критикувати за нерозуміння цієї істини, але час іде – і навіть вони поступово підтягуються у справі використання переваг Мережі» [4, с. 154].

Журналіст сьогодення, працюючи з елементами реальності (фактами, подіями, суб'єктами), не тільки є транслятором інформації з об'єктивного боку, але й може створювати контент певного емоційного забарвлення, висловлюючи власну позицію-думку щодо подій, обставин крізь призму внутрішніх поглядів. Журналістський суб'єктивізм вдало трансформувався в нову форму – журналістське блогерство.

Журналістський блог – це новітній формат створення контенту, комбінація фактажу та думок, який поступово впроваджується і в онлайн-виданнях і у веб-версіях преси, і слугує не персональним потребам, а передусім цілям професійної комунікації.

Функції таких блогів перетинаються з функціями традиційних ЗМІ. Так, одна з головних таких функцій – інформаційна, тобто оперативне повідомлення громадськості головних новин та суспільно значущої інформації – превалює і у ЗМІ, і у блогах журналістів. «Вже сам факт наявності рубрики «Блоги» на сайті інтернет-видання свідчить про розуміння редакцією ролі блогів в інтернет-середовищі, а участь

журналістів у створенні блогів – про те, що вони містять професійний мас медійний контент і розраховані на широке коло читачів» [1].

Одними із перших хто запровадив рубрику «Блоги» на сайті Інтернет-версії рівненського регіонального видання – тижневик «Рівне Вечірне». На сайті видання «rivnepost.rv.ua» вкладка «Блоги» розташована в блоці де містяться загальні відомості про газету та контактні дані редакції, тому журналістські блоги чітко розмежовані від стрічки подієвої інформації, це свідчить про те, що виданням витримано баланс між неупередженістю та суб'єктивізмом, є чітке дотримання професійних стандартів журналістської творчості. Матеріали, які подаються у рубриці «Блоги» – це синтез інформаційної складової з аналітикою та з елементами публіцистики. «Така тенденція пояснюється поліфункціональною природою блогів, які одночасно можуть використовуватись у якості особистих щоденників, авторських колонок, інтерактивних сервісів, джерел інформації тощо» [1].

До прикладу візьмемо блог журналістки І. Міллер, більшість публікацій – поєднання актуальних подій та аналітики з вкрапленнями елементів щоденника, що створює атмосферу дружньої розмови тет-а-тет, бо «... форма щоденника дозволяє зберігати відверту суб'єктивність позиції та експресивність оціночних суджень [3]. Серед інших її матеріалів поширеними є художні репортажі, інтерв'ю, життєві історії, кореспонденції присвячені суспільно-політичній тематиці. Журналістка часто описує ситуації в яких побувала сама. Тому в матеріалах є виразна емоційність, відчувається авторський підхід до розкриття суспільних проблем. Збереження власної думки щодо різних подій, створення оригінального контенту, відповідного сучасним канонам, сприяє популярності та актуальності у своїй ніші, адже «Журналістський блог зацікавлює аудиторію тим, що автор широко відомий, має довіру публіки й створює з нею особливі корпоративні стосунки, що засновані на цікавості до деталей інформації, можливостей неформальної дискусії, оцінки, критики» [2, с. 294]. Таким чином блог журналіста слугує невід'ємним компонентом залучення більшої уваги до видання, журналіста як автора, та суспільно-вагомої проблематики в цілому.

Блог М. Несенюка цього ж видання характеризуються поєднанням різноманітних журналістських жанрів. Поміж суспільно-політичної тематики є – спортивні новини регіону. Інші автори «Рівне Вечірне» багато пишуть на гостро-політичну тематику, цікавою для журналістів є економічна сфера життя. «... блогери можуть створювати як універсальний за тематикою контент, так і вузькоспеціалізований – як правило, більшість журналістів присвячують свої пости чітко визначеній тематиці, найчастіше – політичній та економічній [1].

Висвітлення в своєму блозі важливої теми, на думку журналіста, виконує функцію активного залучення нових читачів та утримання уваги постійної аудиторії. Так, «Альтернативна версія чи реакція на певну подію миттєво виникає у сфері блогосфери, що тягне за собою реакцію аудиторії та формує її ставлення до ЗМІ. Залежно від рівня авторитету блогера-автора, визначатиметься/ ростиме і рівень довіри до сайту, як джерела інформації. Саме через свою альтернативність вони стають незамінним інструментом інтернет-журналістики, що застосовується для керування масами. Ця риса допомагає випереджати діяльність ЗМІ [1].

В обласному суспільно-політичному тижневику «Сім Днів» рубрика «Блоги», містить підрубрики «Поради від Нати», «Блог Аліни Будафенко», «Блог Мяр'яна Годи». Авторами блогів є як журналісти газети (Аліна Будафенко, Наталія Ягушина) так і громадські діячі (Мяр'ян Года). Блоги журналістів «Сім Днів» схожі по жанровій специфіці з блоговою журналістикою «Рівне Вечірне». Так само переважають інформаційні матеріали з подієвою складовою, розбавленні репортажністю, інтерв'ю, але є чимало публікацій суспільно-розважального характеру, огляди художньої і науково-популярної літератури, роздуми і висновки про суспільно-політичне життя краю та світу в цілому. Багато розгорнутих тем пов'язанні з власним досвідом журналіста, а це сприяє появі діалогу, зорієнтованого на висловлення автором власних думок та на обмін думками з публікою. «Блог для журналіста – це насамперед можливість вільно висловлювати власні думки, чітко заявляти про власну позицію, не уникаючи суб'єктивізму, оскільки авторська точка зору у блогерських публікаціях має вирішальне значення» [2, с. 293].

«Поради від Нати» блог на кшталт газети «Порадниця», журналістка багато публікує кулінарних рецептів, суспільно-корисні поради. Це легка розважального характеру інформація, розрахована на масового читача переважно жіночої статті.

Політико-економічна тематика у онлайн-версії газети відображена у рубриці «Блог Мяр'яна Годи». Блог замислювався автором як публічний майданчик відвертого діалогу між підприємцями і представниками влади. Це пояснюється популярністю тем серед читачів та інформаційною концепцією видання, адже значна кількість публікацій присвячена політиці й економіці.

Масове поширення онлайн-версій видань, персоніфікація журналістики та популяризація оціночного контенту зумовило появу журналістських блогів. Журналістські блоги стають дедалі більш популярною формою спілкування з читачами на сайтах онлайн-версій місцевої преси Рівненщини.

Блоги місцевих журналістів мають низку характерних рис: більшість журналістів регіональних видань не ведуть вузько тематичні блоги, які спеціалізуються лише на одній темі. Основна тематика блогінгу перегукується з тематичною орієнтацією видання та містить у собі суспільно-практичний, розважальний характер. Блог журналіста обласної рівненської преси часто уособлює в собі поєднання відразу кількох жанрів (здебільшого інформаційних і художньо-публіцистичних). Журналістські блоги в презентованих виданнях переважно зорієнтовані на авторській персоні, контент блогу репрезентований у розважальній формі.

Література:

1. Досенко А. Блоги і традиційні медіа: аналіз співіснування. 2018. URL: https://obraz.sumdu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/05/13_Dosenko.pdf (дата звернення: 25.09.2022).
2. Тонкіх І. Журналістичні блоги як форма впливу на громадську думку в українському інтернеті. *Психолінгвіст*. 2012. № 11. С. 290–297.
3. Рудик М. Сучасні тенденції розвитку журналістських жанрів у блогосфері. *Вісник Львівського університету. Серія : Журналістика*. 2019. Вип. 46. С. 131–137.
4. Чабаненко М. Удосконалення прийомів роботи запорізької преси в Інтернеті. 2015. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/66/1/Chabanenko.pdf> (дата звернення: 25.09.2022).

МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ТА ІНФОРМАЦІЙНЕ СУСПІЛЬСТВО: СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНІ ВИМІРИ

Каленич В. М.

*кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю
Вінницького державного педагогічного університету
імені Михайла Коцюбинського
м. Вінниця, Україна*

Соціально-комунікаційна культура суспільства неабияк пов'язана з його інформаційно-когнітивною динамікою й інформаційною технологізацією, що об'єктивує стратегії розвитку соціальних комунікацій, концепції трансформації комунікаційних систем, комунікаційні канали тощо.