

SECTION 5. STUDYING THE NEEDS OF THE AUDIENCE AND INVOLVING THE GENERAL POPULATION IN THE COMMUNICATION PROCESS

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-000-1-24>

БЛОГ ЯК ЗАСІБ ЗВ'ЯЗКУ ЖУРНАЛІСТА З АУДИТОРІЄЮ

Ковальчук М. Ю.

*магістрантка II курсу факультету української філології
та журналістики*

Насмінчук І. А.

*кандидат філологічних наук,
доцент кафедри журналістики*

*Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка
м. Кам'янець-Подільський, Хмельницька область, Україна*

Блогерство як явище виникло наприкінці ХХ століття. Серед науковців досі триває суперечка, хто був автором першого блогу. Варто відзначити, що спершу блоги нагадували за своєю формою електронні щоденники. Термін «блог» уперше вжив у 1999 році американський інтернет-користувач Пітер Мергольц, який додав на свою мережеву сторінку допис із текстом: «We blog» («ми блогуємо»).

За визначенням дослідника Л. Екгардта, блог – це мережевий журнал, однак не в розумінні періодичного видання, хоча періодичність йому і притаманна, а в розумінні щоденник. Формою це сторінка з суб'єктивними коментарями [9, с. 220].

На початку ХХІ століття блоги привабили увагу великої кількості користувачів. Наприклад, у 2004 році автори проекту «П'ю/Інтернет і американське життя» провели опитування, результати якого показали, що із 120 мільйонів громадян США, які користувалися на той час Інтернетом, 7% були авторами блогу, а 27% активно стежили за блоговою діяльністю інших. У грудні 2007 року пошуковою системою було зафіксовано 112 мільйонів блогів [1, с. 15]. Це свідчить про популярність блогерства як явища ще на початках його створення.

Дослідниця Л. Лазарева стверджує, що у 1999 році було розроблено одну з перших платформ для створення блогів, що мала назву «Blogger». Того ж року з'явилися схожі за своїми функціями платформи, наприклад, «LiveJournal», «OpenDiary» та «DiaryLand» тощо. Поняття «онлайн щоденник» поступово входило в повсякденний побут мережевих користувачів, які могли вільно не лише стежити за блогівни-

ми дописами, а й створювати власні [4, с. 152]. Найшвидше блогіві дописи поширювалися серед популярних соціальних мереж та відеохостингів, які є досить відомими платформами для розповсюдження інформації: YouTube, Facebook, MySpace тощо.

Останнім часом блог набув популярності у професійних медійних колах, які трансформували його в новий жанр журналістики. Має рацію американський дослідник і один із піонерів блогінгу Д. Гілмор, який назвав блоги «народною журналістикою», що створюється людьми для людей [2, с. 225].

Трансформований у якісно новий журналістський жанр, блог не належить до жодної з груп традиційних жанрів (таких як, інформаційна, аналітична, художньо-публіцистична), оскільки може поєднувати ознаки усіх одразу. Загалом же суміжною з журналістикою є основна функція блогу, зокрема його тексту (усного чи письмового), де повідомлення є посередником між автором і аудиторією.

Від традиційних жанрів журналістики блог відрізняється не лише своїм функціонуванням у мережі, а й відсутністю будь-яких обмежень (зокрема законодавчих). Блог передбачає свободу слова для аудиторії, яка активно вступає у дискусію чи полеміку з автором через функціонуючу систему коментарів.

Журналістські блоги завдяки можливості спілкування з аудиторією часто схожі з публіцистикою. Мережева дискусія або полеміка (залежно від мети автора повідомлення) може виникати між авторами кількох блогів або між автором і користувачами [3, с. 39]. Також блог може набувати ознак есеїстичності, оскільки автор пропонує власну розлогу суб'єктивну думку стосовно того чи того питання, підкріплює свою позицію аргументаційними доказами, повідомлення не обмежене кількістю знаків чи часом.

Зв'язок блогера з аудиторією забезпечує функція коментування, доступна для усіх зареєстрованих користувачів, яким автор відкрив доступ. Блогер реагує на коментарі читачів або глядачів за допомогою вподобання чи відповіді. Аудиторія має змогу суперечити автору, уточнювати в нього деяку інформацію, ставити питання тощо. Окрім цього досить поширеним в коментарях є тролінг блогера, критика контенту або спам.

Для журналістів коментування їх матеріалів має особливу значимість, оскільки забезпечує встановлення довіри з аудиторією. Безпосередній контакт з читачами чи глядачами збільшує популярність журналіста-блогера.

Здебільшого зв'язок з аудиторією намагаються підтримувати YouTube-блогери. Наприклад, журналістка Яніна Соколова, авторка каналу «Вечір з Яніною Соколовою», по завершенню кожного відео залишає аудиторії питання для обговорення в коментарях, що допомагає не лише підтримувати зв'язок з глядачами, але й стимулювати їхню активність.

Найцікавіші з-поміж коментарів авторка вподобує, подекуди навіть відповідає на них. Це можна простежити у сюжеттах від 13 березня 2020 року під назвою «Ядерна зброя України / Американці анексували Крим / Сепаратисти у Євросоюзі» [10] та від 3 квітня 2020 року – «Найдороще таксі у світі / Українська ідея / Шевченко російський / Ковтун-Барбара» [7].

Журналістка Марія Мадзігон на своєму однойменному каналі часто публікує відео у форматі прямого ефіру. Наприклад, стрім від 23 березня 2020 року, що триває близько півтори години, ведеться з дому журналістки. Темою ролика було обговорення волонтерства медичного обладнання в зв'язку зі спалахом інфекції COVID-19 в Україні. Блогерка передавала на екран ілюстративні відео з закупівлі і відправлення обладнання та додавала відео-коментарі компетентних осіб. Обговорення з аудиторією здійснювалося через увімкнений чат, звідки журналістка читала вибрані питання і відповідала на них [6].

Інший стрім під назвою «Опитування на вулиці» відрізняється від попереднього насамперед форматом. Опитування перехожих складає значну частку контенту на каналі Марії Мадзігон, зокрема зазначений ролик за короткий термін зібрав 38 тисяч переглядів. Глядачі мали змогу ставити питання у чаті, проте впродовж усього відео журналістка використовувала складені власноруч заздалегідь питання на конкретну тему та впродовж запису відео не зверталась до коментарів. Глядачі мали змогу обговорювати побачене в режимі реального часу, спостерігаючи за роботою журналістки [5].

Підтримує зв'язок з аудиторією через функцію коментування роликів і Сергій Притула, який веде однойменний YouTube-канал. Зокрема під кожним відео блогер залишає для аудиторії питання для обговорення, пов'язане з темою ролику. Окремі коментарі отримують вподобання або відповіді. Прикладом є відео «“Туристичні магніти” Зеленського? Та ладно!» від 17 червня 2020 року, де Сергій Притула залишив для глядачів відкрите питання – «А ви знаєте магніти свого регіону? Пишіть свої варіанти у коментарях» [8].

Отже, блог є засобом зв'язку журналіста з аудиторією. Обраний жанр пропонує автору поширити власну суб'єктивну думку стосовно того чи того питання або проблеми з урахуванням обмежень, які можуть бути встановлені політикою відповідної платформи, медіа чи хостингу стосовно контенту. Можливість спілкування з читачами чи глядачами збільшує довіру та покращує ефективність впливу повідомлення і роботи медіа-системи в цілому.

Література:

1. Зернецька О.В. Глобальна політична блогосфера – нова арена політичної комунікації. Політичний менеджмент. 2009. № 2(35). С. 13–25.

2. Ілляк Н. Блогосфера як прояв «Громадянської» («Громадської», «Народної») журналістики. *Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации»*. Том 25 (64), № 4, Ч. 1. Сімферополь, 2012. С. 223–229.
3. Куценко К.А. Блогінг: журналістика нового часу. *Матеріали інтернет-конференції «Сучасні медіакомунікації: прикладний аспект»*. Маріуполь, 2015. С. 38–39.
4. Лазарева Л.М. Блог як надсучасний засіб масової комунікації. *Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури: зб. наук. пр.* 2010. Вип. 25. С. 151–159.
5. ОПИТУВАННЯ НА ВУЛИЦІ || КИЇВ НАЖИВО 13: веб-сайт. URL: <https://youtu.be/K5-G4yQcTpU> (дата звернення: 20.09.2020).
6. ПРЯМИЙ ЕФІР: веб-сайт. URL: <https://youtu.be/E8PhXJiDVyA> (дата звернення: 20.09.2020).
7. Самое дорогое такси в мире / Украинская идея / Шевченко русский / Ковтун-Барбара : веб-сайт. URL: <https://youtu.be/y4qtt7Y-oXw> (дата звернення: 9.09.2020).
8. «Туристичні магніти» Зеленського? Та ладно!: веб-сайт. URL: <https://youtu.be/QmZcQaeIW-Q> (дата звернення: 13.10.2020).
9. Эггардт Л.В. Блоггерство – гражданская журналистика или слухи? *Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика*. 2010. № 2. С. 220–223.
10. Ядерное оружие Украины / Американцы аннексировали Крым / Сепаратисты в Евросоюзе: веб-сайт. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=8fzMz9dgUTw> (дата звернення: 9.09.2020).