316

Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції

#### Тетяна Шевченко, Лілія Кочержинська Одеський національний університет

**імені І. І. Мечникова Одеса, Україна**

**БЛОГОВА ПУБЛІЦИСТИКА ЯК ВИД ПЕРСОНАЛЬНОГО ЖУРНАЛІЗМУ**

*У статті йдеться про блогову журналістику як вид новітнього медіа, порівнюється блогова публіцистика часів Просвітництва й сучасності.*

*Ключові слова: блогова журналістика, блог, журналізм, новітні медіа.*

*В статье речь идет о блоговой журналистике как виде нового медиа, сравнивается блоговая публицистика времен Просвещения и совеременности.*

*Ключевые слова: блоговая журналистика, блог, журнализм, новые медиа.*

*The article tells about blog-journalism as the type of modern media, compares blog-publicistic of Enlightnment period and modern times.*

*Key words: blog-journalism, blog, journalism, modern media.*

Варто зауважити, що на сьогодні існує два трактування поняття

«персональний журналізм»:

* 1. Персональний журналізм як явище епохи Просвітництва. В цей час автори поодинці, власними силами видавали журнали публіцистичної та іншої спрямованості.
  2. Персональний журналізм як явище нашого часу, що виражається в тому, що власник ЗМІ фактично диктує інформаційний порядок денний певного видання або групи видань. Практично всі газети перебували під впливом медіамагнатів, підкоряючись їх діловим і політичним інтересам. Цей період тривав до 90-х рр. XX в.

Вважається, що на цьому епоха персонального журналізму закінчується. Новий журналізм, що поклав начало журналістиці XX в., вже не є персональним, оскільки інформаційний порядок денний того або іншого видання диктується не окремою особою, а співтовариством

317

Актуальні питання документознавства та інформаційної діяльності: теорії та інновації

журналістів, державними структурами й частково суспільством споживачів інформації.

Здавалося б, явище персонального журналізму пішло в минуле. Але ця думка потребує уточнення: на зміну цим двом видам персонального журналізму – епохи Просвітництва та індустріальної епохи – прийшов третій – мережевий персональний журналізм епохи інформаційного суспільства, епохи кінця ХХ століття – початку ХХI cтоліття.

О. А. Ігнатьєва пише: «Журналізм розуміється нами як об’єктивно існуючий самодостатній феномен, багатофункціональне соціокультурне явище. Поняття це перевищує звичний семантичний обсяг слова “журналістика”, є його узагальнено-збірним аналогом, містить ореол універсальних ціннісних сенсів, умов, ознак, що явили й потенційних, реальних і еталонних, ефектів рецепції журналістики, її впливу на суспільну свідомість, її функцій та вказує на те нове вимірювання, яке вносить журналістика в життя соціуму, в розвиток культури і, зокрема, в літературний ландшафт» [1, 4].

Якщо журналістика – це досить вузькопрофесійна сфера, яка в практичному сенсі існує у вигляді всім звичних ЗМІ, то багатофункціональне соціокультурне явище, що існує в Інтернеті у вигляді особистих сайтів і блогів, часто відноситься все-таки не стільки до журналістики, скільки до персонального журналізму, що йде корінням до класичного персонального журналізму епохи Просвітництва.

Попри принципові відмінності між класичним персональним журналізмом і сучасним мережевим, неважко помітити й деякі об’єднуючі ці явища межі. Так, наприклад, багато блогів мають просвітницький, повчальний, пропагандистський характер. Пропагують усе: від любові до літератури до здорового способу життя. Блогери обмінюються досвідом виховання дітей, займаються моралізаторством, порушують глобальні питання, наприклад, про необхідність скасування по життєвого ув’язнення до загальних екологічних проблем.

318

Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції

Сучасні блоги все частіше схожі не на особисті щоденники (хоча таких поки більшість), а на масово-культурні видання: мистецтвознавчі, педагогічні, екологічні, суспільно-політичні тощо.

Зародки персонального журналізму в Інтернеті з’явилися разом із появою особистих сайтів. Але особливо інтенсивно мережевий персональний журналізм почав розвиватися незабаром після появи в україномовному й російськомовному сегментах Інтернету блогів. До блогів, які можна віднести до явища персонального журналізму, ми уналежнюємо ті ресурси, на чиїх сторінках відображаються, аналізуються й обговорюються актуальні проблеми, явища й факти суспільно-культурного життя. При цьому важливий не стільки обсяг публікацій, скільки публіцистичний масштаб і стиль їх подання. Справжні перспективи має, на наш погляд, такий напрям персонального журналізму: це – публіцистика й аналітика в чистому вигляді. Адже як би там не було, в аналізі інформації і способах переконання машини поки не можуть конкурувати з людиною. І публіцистика, і аналітична журналістика залишаються справою людей, окремих осіб.

Сьогодні ведеться багато суперечок про те, чи є блогінг журналістикою і чи замінять блоги ЗМІ. На наш погляд, ці суперечки безперспективні. Цілком очевидно, що ставити знак рівності між блогінгом і журналістикою не можна. І в той же час не можна заперечувати того факту, що частину блогів цілком можна прирівняти до ЗМІ, а деякі з них навіть зареєстровані в цій якості – офіційно або в різних каталогах інтернет-ресурсів, DMOZ, Яндекскаталозі тощо. Та все ж є деякі відмінності класичної журналістики і любительської (її також називають блоговою або громадською журналістикою). Втім, треба відзначити, що деяка частина любительської журналістики за якістю, стилем подачі матеріалу та іншими параметрами не поступається професійній журналістиці. А частину якісних блогів і зовсім ведуть професійні журналісти.

Мова нового мережевого журналізму, зазвичай, орієнтована на масову аудиторію. Втім, і рівень утвореної сучасної аудиторії став

319

Актуальні питання документознавства та інформаційної діяльності: теорії та інновації

набагато вищий, ніж в епоху Просвітництва. Читачам сучасних сайтів нерідко надана можливість на рівних спілкуватися з автором інтернет- ресурсу: у формі коментування, у вигляді дискусії з автором та іншими читачами, у формі публікації гостьових постів і так далі.

Блог (інтернет-щоденник) – один із активно використовуваних жанрів у сучасному мас-медійному дискурсі, хоча й недостатньо вивчених. Так називають «персональний сайт у комп’ютерній мережі Інтернет, який регулярно поповнюють авторськими матеріалами інформаційного, аналітичного чи публіцистичного характеру. У блозі подають не тільки текстові, а й зображальні та радіо- і відеоматеріали» [2, 14].

Комунікативний контакт «автор-читач» забезпечують електронні версії друкованих видань, де охочі залишають коментарі та дискутують з іншими дописувачами і самими публіцистами. І в цьому контексті спостерігається цікава тенденція, бо фактично йдеться про появу нового різновиду персональної журналістики – веб-логу, чи блогу, короткого інтернет-щоденника, в якому користувач ділиться думками і враженнями, ілюструючи їх гіперпосиланнями, фотографіями, музикою й відео. Звісно, не кожен блог відповідає вимогам авторської колонки (своєрідний персональний варіант блогу), втім, є цілком переконливі приклади, які свідчать про спорідненість названих жанрів. Це, зокрема, блоги О. Забужко в «Українській правді» та С. Жадана в «Корреспонденте». Вони суттєво різняться за способом і манерою подання від матеріалів політичного аналітика О. Гараня, журналістів С. Лещенка і М. Найєма чи народного депутата С. Олійника, котрі можуть відгукнутися на актуальну подію кількома реченнями або навіть словами. Натомість тексти О. Забужко і С. Жадана – повноцінна колумністика, хіба що розміщена у всесвітній мережі, а не на сторінках періодичної преси.

Отже, блоги, як і традиційні жанри, мають певну низку стійких ознак. Усі блоги включають: конкретизацію автора, час написання тексту, позначення теми чи події, що обговорюється, її оцінку, аргументи автора, запрошення до колективного обговорення.

320

Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції

Різноманіття тем і стилістична різнорідність ідіостилів авторів є прикметними особливостями текстів даного жанру. На наш погляд, у блозі особливо важливу роль грає тип мовленнєвої культури автора та його особистість.

**Література**

1. *Игнатьева Е. А*. Явление журнализма в творчестве Гоголя. Автореферат дисс. канд филол. наук / Е. А. Игнатьева.– Саратов, 2008. – 20 c.
2. *Михайлин І.* Журналістика : словник-довідник / І. Михайлин. – К. : Академія, 2013. – 320 с.

#### Антоніна Дедель Національний університет «Острозька академія»

**Острог, Україна**

**ІНФОРМАЦІЙНІ ПОТРЕБИ СПОЖИВАЧІВ ЗМІ В ПЕРІОД СОЦІАЛЬНОЇ НАПРУГИ**

*У статті розглянуто особливості інформаційних потреб споживачів ЗМІ в періоди соціальної напруги та нестабільності. Особливу увагу приділено психологічним чинникам, що впливають на інформаційні потреби індивіда та теорії мадіазалежності.*

*Ключові слова: інформаційні потреби, медійна залежність, медіатизація.*

*В статье рассмотрены особенности информационных потребностей потребителей СМИ в периоды социального напряжения и нестабильности. Особое внимание уделено психологическим факторам, влияющим на информационные потребности индивида и теории мадиазависимости.*

*Ключевые слова: информационные потребности, медийная зависимость, медиатизация.*

*In the article the author considers the peculiarities of the information needs in times of social tension and instability. Particular attention is paid to psychological factors that influence the information needs and the theory of Media-System Dependency.*

*Key words: information needs, Media-System Dependency Mediatization.*

Сьогодні питання задоволення інформаційних потреб громадян є особливо актуальним. Оскільки в період певної соціальної