

## SOCIAL COMMUNICATIONS

**БЛОГ ЯК РІЗНОВИД МАСОВОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА**

*Панасенко А. Р., Асп. каф. соціальної комунікації, реклами та зв'язків із громадськістю ЗНУ  
Україна, Запоріжжя*

DOI: [https://doi.org/10.31435/rsglobal\\_ijitss/31012020/6875](https://doi.org/10.31435/rsglobal_ijitss/31012020/6875)

**ARTICLE INFO**

Received 20 November 2019

Accepted 17 January 2020

Published 31 January 2020

**KEYWORDS**

blog, blogosphere,  
new media,  
information society,  
journalism,  
information law.

**ABSTRACT**

In the information (post-industrial) society, a revolution in the media has taken place, allowing anyone to collect, process and create content, regardless of their educational background.

The guarantor of the reliability of each blog, as in the case with traditional sources, should be its reputation, which is the key to its popularity. After all, blogs are an interactive phenomenon, and feedback will quickly let the authors feel the mood of the public and the direction of the prevailing trends. But traditional journalists, it seems, are not threatened with retirement, because many of them have their own blogs. In this light, it would probably be wrong to consider the veracity of blogs in isolation from the general context of the media.

**Citation:** Панасенко А. Р. (2020) Bloh yak Riznovyd Masovoi Zhurnalistyky v Umovakh Informatsiinoho Suspilstva. *International Journal of Innovative Technologies in Social Science*. 1(22). doi: 10.31435/rsglobal\_ijitss/31012020/6875

**Copyright:** © 2020 Панасенко А. Р. This is an open-access article distributed under the terms of the **Creative Commons Attribution License (CC BY)**. The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) or licensor are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.

Етапи розвитку мас-медіа найтіснішим чином пов'язані зі змінами соціуму. Так, виникнення перших газет в XVIII ст. найбезпосереднішим чином пов'язане з виходом на політичну арену нового класу – буржуазії, для якої вони стали засобом реалізації економічних, політичних і культурних цілей (саме тоді виникає метафора «четверта влада», яка фіксувала їх величезне значення в суспільстві, авторство якої приписується як англійському романістові Г. Філдінгу, так і політичному філософові Э. Берку).

Згодом ЗМК стали чи не основним інструментом економічних і політичних взаємодій і конфліктів, необхідною передумовою становлення ліберальної економіки і конституційної демократії, так само, втім, як і бюрократичних економік, авторитарних і тоталітарних політичних режимів. Розвиток ЗМК йшов в ногу з поступом в соціальній і культурній організації.

Урбанізація, підйом життєвих стандартів і збільшення вільного часу, становлення сучасної бюрократії і інші глобальні соціокультурні процеси були б неможливі у відсутність мас-медіа, які є не лише одним з символів сучасного світу, але і дуже активним каталізатором усіх громадських змін.

В інформаційному (постіндустріальному) суспільстві відбувся переворот в засобах масової інформації, дозволивши збирати, обробляти і створювати контент будь-кому, незалежно від профільності освіти.

Трансформація медіа відбувалася на цивілізаційному зламі, коли на зміну індустріальному приходило постіндустріальне (інформаційне) суспільство. Воно стало новим етапом розвитку соціуму, а інформаційно-комп'ютерна революція — процес інформатизації всіх сфер життя (суспільства в цілому і людини загалом) — його квінтесенцією. Новітні технології надзвичайно потужно, радикально трансформували матеріально-виробничу й

соціальну сфери людства. Водночас відбулися й значні зміни обробки, виробництва й передачі інформації, самого підходу до її подачі.

Коли з'явилися наприкінці 1990-х рр. перші блоги – електронні щоденники спеціалістів із веб-сайтів, ніхто навіть не передбачав, що вони виростуть до нових медіа. Поява 1999 р. веб-сервісів для ведення блогів створила умови ведення особистого блогу звичайним користувачем Інтернету. Цей інформаційний феномен у грудні 2001 р. отримав назву «блогосфера».

Блогерство як довільне, неформальне, неупереджене інформування через соціальні мережі, Інтернет-ЗМІ, Інтернет-варіанти традиційних ЗМІ називають народною, громадянською, альтернативною журналістикою. Про це, зокрема, пишуть: Ю. Кісса у статті «Блоги – це неформальна журналістика» [2]. Екгард Л. В. у статті «Блогерство – громадянська журналістика чи чутки» [6]. А от журналістка газети «День» Марія Семенченко назвала блогерство журналістикою без журналістів [5]. Почесний президент Асоціації європейських журналістів Дієго Карседо під час Першого форуму журналістики Україна-Іспанія в Національному університеті «Києво-Могилянська академія», не відкидав важливої ролі блогосфери для медіа-простору, але вважає недоречним зараховувати блоги до журналістики: «Блоги збагачують ЗМІ різноманітністю ідей, але це не журналістика» [9]. Як бачимо, тема ідентичності блогів і ЗМІ є дискусійною для журналістів, блогерів і журналістикознавців.

Засоби масової інформації (преса, радіомовлення, телебачення, інформагентства, Інтернет-ЗМІ) як соціальні інститути суспільства мають свої специфічні соціальні функції, несуть моральну й правову відповідальність за свій контент. У редакціях ЗМІ працюють професійні журналісти (приблизно половина з них мають вищу фахову журналістську освіту, друга половина – мають гуманітарну вищу освіту і вміють професійно створювати цікаві текстові, зображувальні, аудіо, відеоматеріали). Кожна редакція традиційного ЗМІ прагне, щоб у її штаті були справжні професіонали. Блог вести може кожна людина, якій є що сказати.

Платформою для розміщення блогів є Інтернет, соціальні мережі та Інтернет-ЗМІ. Є редакції Інтернет-ЗМІ, що мають авторські блоги. Є самостійні авторські блоги журналістів у соціальних мережах. Деякі журналісти-блогери вважають, що у редакціях затискають їх демократичні свободи, а в блогах вони мають більше свободи самовираження і, звісно, мають рацію. Однак, такі блоги популярні, якщо їх веде не просто відомий автор, а й цікавий співрозмовник, непересічна особистість з сучасним мисленням.

У багатьох Інтернет-ЗМІ, Інтернет-версіях традиційних ЗМІ блоги, ведуть професійні журналісти, щоб відчувати смак визнання, реакцію аудиторії на свій матеріал, розширювати аудиторію своїх прихильників, виконувати комунікативну функцію ЗМІ, знаходити нові ідеї, цікаву аудиторії тему, актуальну, гостру проблему, отримати нову додаткову інформацію, яку згодом можна використати в матеріалі традиційного ЗМІ.

Та переважна більшість блогерів – звичайні пересічні громадяни, яким є що сказати і вони не лінуються писати про злободенні теми.

Блоги зачіпають теми, яких, з тих чи інших причин, традиційні ЗМІ цураються. Творці щоденників доносять не вибілену цензурою інформацію про події, свідками яких вони є.

Наприклад, під час другого іракського конфлікту блогерам вдалося привернути до себе увагу світової спільноти і надати альтернативну картину військових дій. Один з них, Салам Пекс, навіть опублікував записи свого щоденника у вигляді книги. Американські солдати, які проходили службу в Іраку, також висвітлювали відбувалося в так званих військових блогах.

Пріоритет свободи доступу до інформації журналістам гарантують Конституція України, Закони України «Про інформацію», «Про друковані ЗМІ (пресу) в Україні», «Про телебачення і радіомовлення», «Про інформаційні агентства», «Про доступ до публічної інформації», а також членство у національних і міжнародних журналістських організаціях, зокрема, Національній спілці журналістів України, Міжнародній федерації журналістів.

Сучасне блогерство – це також рух за свободу збирання інформації.

В Україні блогер щодо доступу до інформації має однакові свободи з усіма громадянами. В свободі доступу до засобів масової комунікації, блогери мають переваги перед журналістами, маючи власні блоги як медіа, а журналіст не визначає, коли його матеріал поставлять на полосу чи дадуть в ефір, він залежний від випускового редактора, відповідального секретаря, завідувача відділом. Розуміючи цю та інші переваги блогів, чимало журналістів ведуть свої персональні

блоги у соціальних мережах. Перевагу блогів щодо доступу до аудиторії зрозуміли і в редакціях Інтернет-ЗМІ, де є блоги журналістів на сайтах цих медіа.

Блог як журнал, а значить, його публікація – певним чином журналістика. Поки альтернативна, або персональна. Але якщо до цього явища придивитися уважніше, то невідомо, як довго традиційна журналістика зможе залишатися традиційною, витримуючи конкуренцію з боку блогерів. Адже якщо розглянути всі складові цього способу поширення інформації, то мережевий щоденник доносить новини швидше, він доступніше, і, що важливо, набагато дешевше у виробництві. Що і привертає читачів електронних щоденників.

Таким чином, блогерство та журналістика мають низку спільних факторів, зокрема: вільне володіння, збирання та обробку інформації, а також різну тематику висвітлення. Проте, блогери мають більше волі від журналістів, чим і провокують створення нових незалежних творчих проєктів у соцмережах (переважно).

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Екгард Л. В. Блогерство – громадянська журналістика чи чутки / Л. В. Екгард // Вестн. Воронеж. гос. ун-та. – 2010. – С. 220–223. (Серія: Филология; № 2).
2. Кандиба І. Что такое новые медиа? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://moreintelligentweb.net/post/200>
3. Коваленко О. Д. Розвиток IP-технологій та нові можливості (громадянської) журналістики / О. Д. Коваленко // Режим доступу до джерела: <http://diploma.j-school.kiev.ua/blog/kovalenko-olena-dyplom2006/>
4. Семенченко М. Про low-cost журналістику [Електронний ресурс] / М. Семенченко // День. – 2011, 9 груд. – С. 1. // Режим доступу до джерела : [www.day.kiev.ua/220432/](http://www.day.kiev.ua/220432/).
5. Семенюк Г. Нові медіа: сутність, перспективи та загрози. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.newmedia.univ.kiev.ua/2010-11-02-12-33-08/40-2010-11-27-22-10-58/32-where-is-the-static-content>
6. Fortunati L. Reflections on Mediated Gossip [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rkcsi.indiana.edu/media/FortunatiPaper.pdf>