

А. К. Досенко,
канд. із соц. комунік.

УДК 077: 003: 001

Аматорські медіазавантаження як один із факторів розвитку сучасних мережових комунікативних процесів

У роботі досліджується поняття аматорських медіазавантажень, що нині активно функціонують у мережі. Подається класифікація їх існуючих видів та детально розглядається кожен із них. Усі досліджувані види описано: подано визначення та коротку характеристику базових рис і принципів функціонування. У статті також пропонується визначення онлайн-трансляцій та відеохостингів, що допомогло у дослідженні основних процесів функціонування та розвитку аматорських медіазавантажень.

Ключові слова: аматорські медіа, блоги, соціальні комунікації.

Вступ. Актуальність роботи вбачаємо в дослідженні проблеми розвитку аматорських медіа як фактора впливу на сучасні комунікативні мережові процеси. Розвиток новітніх ЗМІ, про які дедалі частіше йдеться у наукових колах, обумовлений стрімким розвитком комунікативних технологій. Технологічний прогрес одночасно призводить до негативних наслідків для сучасної електронної комунікативістики.

Традиційні ЗМІ підкорили інтернет-площину, посівши там стійкі позиції і надаючи необмежений часовий і просторовий потік інформації користувачам. Ми не можемо не погодитись, що це великий крок для традиційних засобів масової інформації, що обумовив можливість задоволення «інформаційного голоду» у споживацької аудиторії. Однак нині існує низка проблем, до яких призвела поява так званих аматорських медіа.

Окреслене поле проблеми (прямо чи дотично) досліджували такі науковці, як І. Артамонова, С. Демченко, О. Зернецька, Н. Зражевська, Л. Компанцева, С. Квіт та ін.

Метою статті є аналіз наявних у сучасних інтернет-площинах аматорських медіа, які безпосередньо впливають на формування сучасних медійних процесів мережі.

Об'єктом статті є аматорські медіазавантаження інтернет-сфери.

Предметом – сучасні комунікативні процеси, що відбуваються у мережі за допомогою аматорських медіа.

Методи дослідження. Методологічну базу дослідження становили такі методи: спостереження, аналіз, опис, що дали можливість дослідити ситуативний стан аматорських медіазавантажень та допомогли у складанні класифікації наявних інтернет-медіаодиниць.

Результати й обговорення. Не можна ігнорувати той факт, що аматорські медіа зародились приблизно тоді, коли й соціальні мережі (1995–1997 рр.). Відтоді починаємо спостерігати

постійне зростання кількості непрофесійних коментарів, завантажень і у результаті маємо таке явище, як блогосфера. Саме вона дала початок величезному на сьогодні різноманіттю аматорських медіа, до яких ми зараховуємо такі види: влоги, артлоги, подкасти, лінклоги, аудіоблоги та багато інших.

Влог (відеоблог) дає можливість завантажувати власні аматорські відеозаписи безпосередньо в мережу. Вони також містять друкований текст, але невеликий за розміром, його швидше можна вважати особистим коментарем автора, але не щоденниковим записом блога. Також влоги містять іграшкові завантаження, які кваліфікуються як «інші ігри» – формати гри, що розміщуються самими «жителями» мережі. Влоги є каталогами мережових відеофайлів, у яких відсутня специфічна мова чи соціальний настрій індивіда. Не будемо заперечувати наявність портрета автора, адже завантаженими можуть бути відео із його зображенням, фотокартка, голосовий запис – усе це дає можливість користувачеві уявити собі влогера краще, ніж після прочитання друкованого тексту, але вірогідність постійного розміщення таких записів низька. Якщо подібний матеріал і трапляється в мережі, то доволі рідко. Уявити авторський портрет крізь призму завантаженої гри взагалі неможливо, тому проводити порівняльний аналіз задля ототожнення блогів з влогами немає сенсу, різниця між ними очевидна і не потребує особливого пояснення.

Артлог – один із різновидів існуючих файлів в інтернеті, що «жителі» мережі помилково називають різновидом блогів. Такі завантаження містять колекцію власних авторських робіт, які, як правило, є фотографіями чи власноруч створеними на комп'ютері роботами. Головною відмінною рисою артлог-сфери є наявність конкуренції між авторами – роботи виставляються на голосування користувачів мережі [1]. Спільною ознакою з блогами є наявність стрічок-коментарів, які залишають можливість об-



говорення. Саме стрічки тут створюють атмосферу живого спілкування між комунікаторами. Темі доволі різноманітні, адже розміщуватися можуть, наприклад, фотографії політиків (що призведе до обговорення політичних настроїв групи користувачів), фото на довільні теми чи абстрактні фігури (які викликатимуть обговорення для досягнення спільних точок зору з приводу розміщеної роботи). Ототожнювальною ланкою залишається робота автора в мультимедійному зображенні. Сайти, на яких розміщуються артлоги, можна назвати саме каталогом фотографій, адже ті сторінки, які містять відеозаписи, зараховують до блогів. Створення таких каталогів можна кваліфікувати як створення власних інтернет-галерей, які доступні для масового огляду у мережі.

Лінклог – персональний сайт з вибраними посиланнями користувача, які становлять інформаційну цінність і постійно поновлюються. Він, подібно до сплога, використовується для пошуку та визначення ресурсів веб-сторінок, які впливають на оптимальні пошуки інших сайтів [2].

На думку С. Квіта, терміни «podcasting» та «аудіоблог» є словами-синонімами. «Подкастинг» є сполученням слів «broadcasting» (широкомовлення) та «iPod» (плеєр, на який можна записувати подкасти) [3, с. 160]. Подкасти завантажуються у мережі і потім слухаються на iPod, для якого власне і були створені. Аудіоподкасти відповідають темі сайту чи блога, до яких вони можуть кріпитися. Відеоподкасти – відеозаписи, що додаються до блога і становлять певну цінність для аудиторії блогера. Тобто відеоподкаст більше схожий на запис домашнього відео, що дає можливість користувачеві під'єднуватись до комп'ютера іншого користувача за допомогою USB-2.0

Пізніше з'являються і розвиваються інші інтернет-завантаження, серед яких, на нашу думку, найбільшої уваги заслуговують Youtube та Instagrame. З одного боку, ми не можемо порівнювати такі завантаження, оскільки вони мають принципово різну природу. Але з другого – кожна із названих комунікативних платформ займає важливе місце в еволюції сучасних дигітальних жанрів, що надає поштовх до розвитку сучасних соціальнокомунікаційних мережеских процесів.

Кожен з цих видів заслуговує окремої уваги, оскільки займає доволі міцну позицію на споживацькому ринку аматорських медіазавантажень мережі. Практично кожна із перерахованих платформ на початку свого існування планувалась не більше як комунікативний сайт. Але нині вони мають велику кількість юзерів, порушують різнопланові теми для обговорення, використовуються як інформативні площини тощо. Кожна з перерахованих одиниць має низку функцій, що є цікавими для дослідників у сфері соціальних комунікацій.

Наприклад, Instagrame – спеціально створена у жовтні 2010 р. Кевіном Сістром і Май-

клом Кригером у Сан-Франциско програма для того, аби користувачі мережі могли ділитися безкоштовно зі світом власними фотографіями або варіантами картин чи мистецьких витворів (що знову ж таки розміщуються на фото). Подібна програма дає користувачеві можливість розміщення різноформатних фото у мережі: різні типи розмірів і рамок застарілих фотоапаратів, що адаптуються до нинішніх систем iPhone, iPad и iPod touch.

Пізніше, у квітні 2012 р. його адаптують до програми Android (але винятково від версії 2.2), що надає можливості залучити більшу аудиторію. Перевагою програми стало те, що вона розповсюджується безкоштовно через App Store та Google Play. Історія розвитку однієї з найпопулярніших соціальнокомунікативних платформ мережі доволі цікава.

Першочергово програма, яку так любить молоді, мала назву Burbn, але пізніше була перейменована. У 2010 р. вона з'являється у магазинах з технікою Apple. Дуже скоро приєднався до команди Джош Ридль, і уже листопаді 2010 р. туди потрапив Шейн Свіні (один із найсильніших розробників програми).

Instagrame певною мірою модернізував соціальнокомунікативні процеси мережі. На відміну від блогів та їх різновидів, ця програма дає змогу спілкуватися винятково «зоровим фактором», оскільки не дозволяє розміщувати забагато коментарів. У січні 2011 р. до функцій програми додаються хеш-теги, що дає можливість швидко знаходити інших користувачів, приєднуватись до кола друзів та споживацької аудиторії.

У грудні 2012 р. привніс загальна політика програми змінилася: тепер компанія могла продавати фотографії юзерів третім особам без матеріальної компенсації першочерговому власникові фото. Така новина викликала хвилю обурення, велика кількість користувачів відмовились від користування сайтом, у результаті чого Instagram відмовився від ідеї.

Наймасштабнішою подією в історії існування Instagram як додатку до мобільного комунікатора стало приєднання до Facebook, що принесло К. Сістрому майже 400 млн доларів США. Таким чином, обидві програми були поєднані, що надало змогу цим проектам синтезувати риси та ресурси. Можливість заходити на власний мережеский додаток через соціальну мережу (адресу власної сторінки) тільки підвищила популярність обох програм. Зручність завантаження своїх фото значно економить час.

Один із наймасштабніших відеохостингів світу, що нині кваліфікується науковцями як прототип майбутньої мережескої медіаімперії, яка сьогодні належить компанії Google, – це YouTube.

Відеохостинг – сайт, що дає можливість зберігати та дивитись на сайті відеоматеріали. YouTube був заснований у лютому 2005 р. і уже



у листопаді 2006-го викуплений Google. Ця програма – принципово нова комунікативна платформа, яка має низку переваг перед іншими: користувач залишає власні коментарі; оцінює інші коментарі; додає анотації; додає титри до відео; має можливість ставити рейтинг уже наявним там матеріалам; може перебудувати файл із формату 2D у 3D.

Але найголовнішою перевагою є те, що користувач, який завантажив відео на сайт, має можливість заборонити редирект (репост) свого матеріалу на інші мережеві сервери, що допомагає контролювати розміщення власних відео. Також YouTube – один із небагатьох аматорських медіа, що дають можливість для заробляння грошей.

Smotry.com також надає послуги відеохостингу і належить Рунету. Особливістю цієї платформи є можливість прямих трансляцій з місця події, що було перевагою на початку існування сервера з медіазавантаженнями. Smotry.com надає можливість знаходити у базі даних не лише професійні відеоматеріали, але й аматорські формати. Різноманітність наявних завантажень свідчить про дифузування ознак професійних матеріалів та традиційних жанрів журналістики до аматорських мережевих, чи дигітальних (як різновиду уже сформованих інтернет-жанрів).

Онлайн-трансляції можна кваліфікувати як провідну і найголовнішу особливість вищезазначеного сайту. Ми вважаємо, що цей процес можна описати як персональні завантаження власних прямих ефірів у мережу, де користувач виконує роль усієї знімальної групи. Такий процес не може відбуватися без реєстрації та технологічної підготовки: вебкамери та перебування на сайті безпосередньо. Основна перевага таких відео-трансляцій, на нашу думку, певною мірою збігається з метою блогосфери (тільки в усному форматі) – розповісти те, що хвилює особисто автора, висловити авторську Я-позицію.

Відмінною рисою аматорських медіа, які нині юзери розміщують у мережі, є HD-зображення, яке не властиве блогосфері чи іншим друкованим щоденниковим записам.

Liveinternet.ru – хостинг, що містить різноманітні інформаційні ресурси: відео, друковані матеріали, рейтинг сайту, подорожі, роботу, розваги тощо. Весь хостинг розбитий на рубрики, що нагадує систему каталогу.

На відміну від інших подібних сторінок liveinternet.ru містить посилання на інші сервери сайту, приміром: «Однокласники», «Тести», «Знайомства», «Листівки», а також посилання на сайти, що рекомендовані для користування: «Форум трейдів», «Ноутбуки», «Поради лікарів» тощо. Загалом цей хостинг містить різноманітні інформативні ресурси, що допомагає активно розширювати коло користувачів.

Muvideo.de – один із популярних відеохостингів мережі, що містить матеріали різноманітного спрямування: відеокліпи, фільми, рекламні

ролики тощо. Однією із провідних особливостей цього відеохостингу є те, що матеріали, розміщені на ньому не можуть бути «оприлюднені», якщо користувач не зареєстрований на сайті. Це дає можливість контролю трафіку сайту та відстеження ресурсів, які скачуються (чи перенаправляються на інші сайти) користувачами мережі. Таким чином відбувається контроль потоку інформації з відеохостингу.

Висновки. Соціальнокомунікативна ситуація сьогодення має низку особливостей, що дають поштовх для розвитку науки в цілому. Передусім це розширення горизонтів та сучасного інформаційного поля завдяки розвиткові можливостей мережі інтернет; по-друге, незалежність нових мережевих ЗМІ від просторово-часового континууму (що дає можливість споживачеві майже без перешкод бути в курсі подій); по-третє, зростання кількості комунікаторів (процес обміну інформацією зі ЗМІ переростає у двостороннє спілкування). Наявність багатогранного взаємозв'язку очевидна, інформація онлайн посідає одне з чільних місць у комунікації. «Онлайнова інформаційна діяльність – це будь-який процес, що використовує інформаційні технології для надання інформаційних мережевих продуктів споживачеві» [4, с. 123]. Тобто онлайн газети, новини, текстові інформаційні документи тощо можуть розповсюджуватися від одного користувача до іншого або до групи користувачів в електронному вигляді, а не через попереднє роздрукування. До такої інформаційної діяльності онлайн ми зараховуємо спілкування за допомогою блогів. Подібна діяльність створює умови для використання електронних технологій задля задоволення довільних інформаційних потреб населення. Зауважимо, аналогічні послуги не можуть надати традиційні ЗМІ, адже вони не здатні працювати незалежно від простору і часу, створюючи онлайн ілюзію реального спілкування. Безпосереднє налагодження стосунків між блогерами та їхньою аудиторією стало можливим лише з появою електронної комунікації і розвивається за допомогою блогів.

Постає питання про те, чи всі аматорські записи, розміщені разом із мультимедійними, можуть називатися відеохостингами, чи все ж необхідне певне їхнє видове розмежування. Чому зараз, коли блоги тільки починають досліджуватися, ми вже бачимо у текстах назви «влог», «тлог», «сплог», «тег», «подкаст», «артлог», «блог-дайджест», «пошуковий блог» тощо. Це помилки користувачів мережі чи справді блоги починають розподілятися і від цього залежить подальша комунікативна ситуація в мережі, а отже, і в суспільстві XXI ст.? І якщо так, то яка різниця між уже існуючими відеохостингами? Очевидною є актуальність питання про виокремлення підвидів аматорських інтернет-завантажень.



1. *Artlog Brings Artists And Art Aficionados Together* [Електронний ресурс]. – URL: <http://mashable.com/2008/06/04/artlog/>.

2. *What is a Linklog?* [Електронний ресурс]. – URL: <http://www.wisegeek.com/what-is-a-linklog>.

3. *Квім С. Масові комунікації : підручник* / С. Квіт. – К. : ВД «Києво-Могилян. акад.», 2008. – 206 с.

4. *Досенко А. К. Електронні щоденники як одиниці соціальних комунікацій* / А. Досенко. – К. : КиМУ, 2012. – 202 с.

Подано до редакції 10. 09. 2014 р.

Dosenko Angelika. Amateur media-loads as one of the factors of development modern network communicational proses.

The article deals with analysis of the concept of amateur media-loads which presently actively function in a network. Classification of existent kinds is given. Each type is detail examined. All probed kinds are described: determination and short description of base lines and principles of functioning is given. In the article determination of translations of on-line translations and videohost is also researched. It helps in research of basic processes of functioning and development of amateur media- loads.

Conclusions to work are structured and describe the necessity of the given scientific researches for this area of social communications of basic insufficient amount of scientific labours in this area.

Keywords: media-loads, blogs, social communication.

Досенко А. К. Любительские медиазагрузки как один из факторов развития современных сетевых коммуникативных процессов.

В работе рассматривается понятие любительских медиазагрузок, которые сейчас активно функционируют в сети. Подается классификация их существующих видов и детально рассматривается каждый из них. Все исследуемые виды описаны: предоставлены определение и короткая характеристика базовых признаков и принципов функционирования. В статье также предлагаются определения онлайн-трансляций и видеохостингов, что помогло в исследовании основных процессов функционирования и развития любительских медиазагрузок.

Ключевые слова: любительские медиа, блоги, социальные коммуникации.