

УДК 070-051:004. 738.5:339.1

ЖУРНАЛІСТ-БЛОГЕР НА СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ РИНКУ: СЕКРЕТИ МАЙСТЕРНОСТІ

Мирослава Рудик

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна
e-mail: rudyk_myra@ukr.net*

У статті досліджено основні засади успішності журналіста-блогера на сучасному ринку інформації. Виокремлено складові майстерності блогера.

Ключові слова: блог, журналістика, майстерність, успіх.

Актуальність дослідження зумовлена стрімким розвитком інтернет-журналістики в сучасному інформаційному просторі, виокремленням блогосфери як інформаційного ресурсу, який збирає власну аудиторію. Саме тому чимало видань тепер знаходять перспективу у створенні блогів, щоб розширити інструментарій для задоволення інформаційних потреб як масової аудиторії, так й індивідуального читача. Адже сучасні мас-медіа застосовують у своїй діяльності широку палітру інструментів для здійснення масової комунікації. Серед яких виокремлюємо блоги, підкасти, твіти, соціальні мережі, вебінари, системи обміну відеофайлами, фотографіями, інфографікою, фото-банки, стільникові додатки, Вікіпедія, соціальні закладки, RSS-підбірки, SMS-інтерація, QR-коди, віджети та багато-багато ін. Звичайно, всі можливості, які ми перелічили, спрощують і покращують якість комунікації, однак на перше місце все ж ставимо блоги як найбільш наближений до класичної журналістики різновид поширення інформації, який може поєднувати в собі кілька інструментів.

Історіографія досліджуваної теми. Блог як елемент нового журналізму у своїх працях досліджували І. Артамонова, І. Гудінова, К. Євтушенко, Д. Колезев, О. Кузнецова, Л. Лазарева, І. Михайлин, Б. Потятиник, О. Романенко, Н. Шолухно, Л. Шутяк. Серед закордонних дослідників – це Дж. Гол, Д. Вайль, Р. Крейг, Р. Реддик, Е. Скотт та ін.

Мета дослідження – з'ясувати основні засади успішності журналіста-блогера.

Завдання:

- дослідити блоги на відомих медіаресурсах «Українська правда», «Український тиждень»;
- визначити концепцію ведення блогів;
- виокремити чинники, що впливають на успішність блогу;
- окреслити складові майстерності журналіста-блогера.

Об'єкт дослідження – це журналістські блоги на сайтах «Української правди» та «Українського тижня». Предмет дослідження – особливості журналістської майстерності блогера.

Перехід до використання ЗМІ інтернет-мережі став революційним у журналістиці. Це створило умови для виникнення нового журналізму, який синтезував функції традиційних ЗМІ. Таким чином з'являється новий погляд на журналістику, значно розширюються її обрії.

Стрімкий розвиток інтернет-технологій передбачав професор Здоровега: «Інтернет – це дуже потужна сила, яка з часом складе серйозну конкуренцію й телебаченню, й радіо, і, тим більше, друкованій пресі. Нові джерела інформації виникатимуть безперервно» [4].

В інтернет-виданнях на високому рівні перебуває інтерактивність, завдяки якій легко визначити кількість постійних читачів, переглядів, простежити за процесом залучення нової аудиторії тощо. Тому засновник чи автор мають змогу краще орієнтуватись у ставленні реципієнтів до контенту, отримувати від них інформацію щодо роботи видання і вже на основі цього будувати редакційну політику.

Щоб говорити про успішність блогу, насамперед слід з'ясувати, на які групи дослідники поділяють усі блоги. А тоді вже відповідно до специфіки блогу і його контенту з'ясуватимемо, які чинники впливають на побудову ефективної стратегії успішного просування сайту.

Дослідниця К. Карякіна пропонує такий поділ блогів:

- блоги професійних журналістів, які ведуть на добровільній чи корпоративній основі в межах інтернет-порталів офіційних мас-медіа;
- журналістські блоги, не закріплені за традиційними редакціями;
- корпоративні блоги, які ведуть представники офіційних організацій або громадські діячі й реалізують у першу чергу функцію інтерактивної комунікації між офіційними особами і пересічними громадянами;
- політичні блоги – блоги політиків чи державних діячів, включаючи лідерів держав і співробітників їх апаратів;
- особистісно орієнтовані блоги, які ведуть незалежні аматори й не мають жодного стосунку до офіційних медіа (не є масовими, їх контент не обмежується редакційними статутами і нормами професійної етики) [5, с. 12].

На нашу думку, такий поділ блогів на групи є доцільний і цілком виправданий, а отже, і схвалений науковцями.

Оскільки ми розглядаємо блоги в контексті журналістської діяльності, то більше звертатимемо увагу на спільні риси та відмінності між блогінгом та журналістикою. Перше, на що слід звернути увагу, – це спосіб комунікації. Адже ЗМІ переважно орієнтовані на певну прогнозовану аудиторію, блогер до кінця не знає, хто його читатиме, а й переважно сам реципієнт шукає в мережі потрібну інформацію. По-друге – це суб'єктивність. Коли традиційна журналістика працює на засадах об'єктивності подачі інформації, то блогер, навпаки, інтерпретує події, висловлює суб'єктивну думку. Третє – це можливість миттєвої реакції. Коментарі до блогу створюють ефект спілкування он-лайн, дають змогу обмінюватися ідеями та думками, що забезпечує швидке поширення інформації в мережі, чого не можуть досягти традиційні ЗМІ. Четверте – це ракурс на подію. Адже мас-медіа, описуючи подію, переважно застосовують факт чи систему фактів, якими оперують за допомогою дедуктивного чи

індуктивного методу. У блозі більша увага звертається на маловідомі дрібниці, нюанси, що можуть змінити думку та вже усталене уявлення про масову подію. П'яте – це комунікативний вплив на аудиторію. Блог забезпечує інтерактивність, змушує читача мати активну позицію, залучати до обговорення проблем, співпереживання та відповідальності, а також забезпечує ефект присутності та співтворення нової реальності. На жаль, ЗМІ дещо втратили цей тісний зв'язок зі своєю аудиторією. Колись таку функцію виконувала редакційна пошта.

Як зазначає К. Євтушенко, «порівняння специфіки функцій та призначення текстів блогерів і журналістів виявляє, що наявність блогерів не заперечує цінності журналістів, але журналісти повинні знати і використовувати свої переваги. Отже, поява блогосфери суттєво розширює уявлення про те, яким має бути сьогодні текст ЗМІ» [3].

З'ясувавши суттєві відмінності блогінгу і журналістики, можемо стверджувати, що і їх майстерність не може бути тотожною. Блоги значно розширюють можливості сучасної журналістики, тому майстерність журналіста-блогера дещо ускладнюється як технічними навиками, так і особливими підходами до висвітлення інформації.

Ричард Крейг з цього приводу пише: «У багатьох випадках інтернет-редактор має бути майстром на всі руки, який знає потроху усього – від написання доброго ліду до використання JavaScript, щоб визначити, чому не працює посилання» [7].

Важливим чинником для просування блогу є вибір платформи, на якій він створений. Усі блоги можна поділити на два різновиди, залежно від платформи створення:

- 1) створені на власному домені;
- 2) створені на базі готової платформи.

Найпопулярнішими платформами для створення блогів в Україні є

- WordPress, яка підтримує створення автономного блога за допомогою CMS, звідки працюватиме сайт;
- Blogger і LiveJournal, які є безкоштовними і які створити може будь-хто.

Що стосується блогів на медіаресурсах, то вони створюються в межах сайту видання і за своїм виглядом і структурою цілком вписуються у їхній дизайн. Усі блоги «Української правди» [1] мають доменну базу com.ua. Цей хостинг має плату за домен (ім'я). Наприклад, Юрій Макаров теж веде свій блог на сторінці «Українського тижня» [2], і його блог прив'язаний до цього сайту. Визначаємо переваги автономних блогів – це персоналізація, функціональність і розширюваність. До мінусів належать оплата за відкриття домена і витрачання часу на вивчення, налаштування, розробку і просування блогу.

Звичайно, далеко не всі блоги мають стосунок до журналістики. Широкі можливості Інтернету відчиняють двері у блогосферу всім охочим. Це може бути як виявом бажання реалізувати себе у творчості, розвивати свій письменницький хист, так і просто намаганням привернути до себе увагу, вилити свої емоції, задовольнити психологічні потреби. Все ж, яка межа між пересічним блогером і блогером-журналістом? Дослідниця Л. Лазарева вважає: «Дотримання чи недотримання професійних стандартів, з нашого погляду, і є тим водорозділом, який визначає належність блога до журналістики» [8, с. 24].

Саме високі професійні стандарти є одним з чинників успішності блогу. Адже це ваш імідж та повага аудиторії. Публікуючи інформацію на сторінках власного

блогу, ви формуєте свою аудиторію, презентуєте себе і свої можливості, підвищуєте видимість блогу в пошукових системах, а регулярні публікації дають читачам привід повернутися знову, що автоматично створює вам рейтинг відвідуваності.

Для журналіста-блогера також важливим є стиль написання текстів. Адже блогер як представник нової журналістики інтегрує всі журналістські функції в мультимедійному середовищі. Синтез жанрів, гіпертекстуальність, нескінченний простір для реалізації творчого завдання, мобільність, індивідуалізм – це ті риси, які роблять вас цікавими для аудиторії. «Використання різних технік пошуків і збору інформації «новими журналістами» дозволяє їм зобразити своїх героїв та місця подій відповідно до вимог стилю. Правдивість і документальні свідчення забезпечують цим текстам винятковий інтерес інтелектуальної читацької публіки» [10, с.14], – зазначає Л. Шутяк.

Наступний чинник успішного блогу – це архітектоніка блогового запису. Більшість блогерів будує своє повідомлення за правилом перекинутої піраміди, де спочатку подано основне повідомлення, а далі подробиці, ілюстрації, судження і доповнення. Такий принцип є логічним і вмотивованим, бо допомагає читачеві відсіювати те, що його не цікавить. Більшість користувачів здатні дочитати публікацію до четвертого абзацу, і якщо ця інформація їх не зацікавила, тоді ваші старання марні. Однак, щоб зацікавити аудиторію, журналісти-блогери застосовують і нестандартні прийоми. Наприклад, почати оповідь з кінця, зосередитись на подробицях, ввести в текст несподіваний поворот подій, вживати винятково діалогічну форму звернення до читача, підвести читача до висновку, але самому його не робити, залишивши тему для роздумів, провокативні судження, апелювання до фактів тощо.

Також можна застосувати принцип ромба чи діаманту – це коли оповідь починається здалека: з життєвої історії чи із причини написання матеріалу, що плавно підводить читача до основної проблеми. Але все це залежить від індивідуальної майстерності журналіста-блогера, специфіки нарації, вміння зацікавити аудиторію, здатність так нанизати факти, щоб читач не тільки в повній мірі отримав необхідну інформацію, а й мав насолоду від читання. Звичайно, мовна культура журналіста – це універсальна складова професіоналізму. «Якою б мовою не користувався блогер, є загальні правила, які по-особливому відрізняють його тексти, роблячи кращі їхні зразки схожими на приклади журналістики, без перебільшення, достойної Пулітцерівської премії» [9, с.19].

Що стосується мовної вправності, то блогерам особливо потрібно пам'ятати про чіткість і простоту мови, уникати офіціозу та мовних штамів, тобто мертвої мови бюрократії. Натомість працюйте зі своїм словником, пишіть легко і просто. Уникайте складних речень, надмірності вживання епітетів, статистичних даних, які перевантажують текст, роблячи його нудним. Кожну нову думку починайте з нового абзацу – це підвищить читабельність тексту. Розбивайте довгий текст на підзаголовки, які допомагають читачеві зорієнтуватися. Важливо пам'ятати про свого читача, тому не бійтеся скоротити свій пост, краще замість зайвих слів додати гіперпосилання, що відведе його до першоджерела.

На успішність блогу, як бачимо, впливає чимало чинників. Ось журналісти-практики виокремили 5 правил просування власного блогу, які в сукупності становлять 100%:

- регулярність постигну – 20%

- ключовики, семантичне ядро – 30%
- структура тексту – 20%
- назва – 10%
- простота тексту – 20%

Автори вважають, що успіх ведення блогу прямо пропорційно залежить від докладених до цього зусиль [6].

Блог – це насамперед майданчик для спілкування з вашою аудиторією, тому не варто забувати, на кого ми орієнтуємось. Для цього знадобиться відоме в журналістиці правило наближення інтересів. Для просування блогу використовують соціальні мережі, що допомагають швидко поширити інформацію, дають змогу орієнтуватися на особисті контакти і знайомства, що значно посилює довіру до інформації, яку ви поширюєте.

Успішність блогу теж пов'язана з комерційними пропозиціями від рекламодавців. Адже розкручений блог може принести вам прибуток. Але і тут не завадить обережність, бо зміст і надмірність реклами також відлякують відвідувачів вашого сайту.

Проаналізувавши особливості сучасної блогосфери, ми дійшли висновків, що майстерність журналіста-блогера залежить від багатьох чинників – як внутрішніх, так зовнішніх. Адже майстерність блогера не вичерпується стандартним набором професійних якостей журналіста, тому не може бути тотожною із журналістською.

Блогінг є логічним результатом потреби людей у спілкуванні та співучасті у творенні нової реальності. Тому блогер, не маючи просторових обмежень, надає інформацію, застосовуючи мультимедійні можливості. Це також і надоперативне подання інформації. Не менш важливий чинник – широкопоширені форми діалогу: це наявність поля для коментарів читачів, відкриті чи анонімні голосування, гостьові книги тощо.

Зміни, що відбуваються в журналістиці у зв'язку з розвитком нових інформаційних технологій, надають нові можливості для комунікації – більшої за обсягом, змістом і більш різнопланової. Блоги розширюють традиційне уявлення про журналістику, синтезуючи технічні можливості та індивідуальну майстерність. Провівши аналіз української блогосфери, можемо стверджувати, що блогінг здійснює значний вплив на майбутнє журналістики.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Блоги «Української правди» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://blogs.pravda.com.ua>
2. Блог Юрія Макарова [Електронний ресурс]: – Режим доступу : <http://tyzhden.ua/Author/2/Column>
3. Євтушенко К. Блогова журналістика [Електронний ресурс]. – Режим доступу до джерела: <http://jurnalist.ru/blogovaya-zhurnalistika/>
4. Здоровега В. Аналітика замість маніпуляцій / Володимир Здоровега // День. – 2005. – 4 лют.
5. Карякина К. А. // Медиаскоп. Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова. – 2010. – Вып. 1. – Режим доступу до журн.: <http://mediascope.ru/node/52>

6. Креденс [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://kredens.lviv.ua/blog-5-rules/>
7. Крейг Р. Інтернет-журналістика : робота журналіста і редактора у нових ЗМІ / Ричард Крейг ; пер. з англ. А. Ішенка. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2007. – 324 с.
8. Лазарева Л. М. Блог як надсучасний засіб масової комунікації / Л. М. Лазарева // Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури: зб. наук. пр. – 2010. – Вип. 25. – С. 151–159.
9. Чекмишев О.В., Ярошенко Л.А. Основи якісного блогерства // Асоціація «Спільний простір», Комітет «Рівність можливостей» / Навчальний посібник. – К.: 2014, ФОП А.М.Рудницька. – 48 с.
10. Шутяк Л. «Новий журналізм» у медійному дискурсі України: генеза та жанрово-стильові ознаки [Електронний ресурс] : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із соц. комунікацій : спец. 27.00.04 / Л. Шутяк – Режим доступу : http://www.dnu.dp.ua/docs/ndc/dissertations/K08.051.19/autoreferat_5667355cca9a8.pdf

JOURNALIST-BLOGGER ON THE MODERN INFORMATION WORLD: SECRETS OF MASTER-WORK

Myroslava Rudyk

*Ivan Franko National University of Lviv
Chuprynky Str. 49, 79044, Lviv, Ukraine
e-mail: rudyk_my@ukr.net*

The article examines the main principles of the blogger journalist's success in the modern information market. After all, modern journalism has many possibilities, such as blogs, podcasts, tweets, social networks, webinars, video sharing systems, photos, infographics, cellular applications, Wikis, social bookmarks, RSS-selections, SMS-interaction, QR codes, widgets, etc. All this contributes to the improvement of communication. In online publications at a high level there is interactivity, thanks to which it is easy to determine the number of regular readers, views, to track the process of attracting a new audience, etc. Therefore, the founder, or the author, has the opportunity to better orient oneself towards the recipients of the content, to receive information about them from the work of the publication and, on the basis of this, to build the editorial policy of the resource. This explains the success of blogging.

Blogging is a logical result of people's need for communication and complicity in creating a new reality. Therefore, the blogger without spatial limitations provides information using multimedia capabilities. This is also an operational presentation of information. No less important factor is the widely spread forms of dialogue, i.e. the presence of a field for readers commenting, open or anonymous voting, guest books and the like.

The components of the blogger's skill are singled out. We find out what factors have impact on the success of blogging. We analyze the blogs of «Ukrainian Truth» and «Ukrainian Week» and determine the secrets of the blogger's success. It is no doubt, that the blogosphere is the right place for development of future of journalism.

Key words: blogger, journalism, master-work, success.