

ПЕРСОНАЛЬНИЙ БЛОГ У ТЕОРІЇ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА

У статті проаналізовано поняття “персональний блог”, його основні характеристики як складової теорії соціальних медіа та інструменту громадянської журналістики на шляху побудови громадянського суспільства. Розглянуто громадянське суспільство як державний устрій та роль ЗМІ в ньому. Запропоновано три моделі взаємодії засобів масової комунікації з владними структурами за різних варіантів функціонування відкритого суспільства України.

Ключові слова: блог, персоніфікація, соціальні медіа, громадянська журналістика, суспільство, комунікативний простір.

У сучасному світі швидкість обміну інформацією досягла космічних показників. Щохвилини, вдень і вночі користувачі Інтернет мають доступ до безмежного масиву інформації, що використовують для навчання, розваг або задоволення інформаційного голоду. Канонічні види ЗМІ, такі як телебачення, радіо та газета почали поступово втрачати популярність, адже навіть оновлення технології передачі сигналу не в змозі наздогнати потужні технології, що використовуються для роботи Інтернету.

З'являються нові медіа, здатні в режимі онлайн забезпечувати суспільство інформацією та корегувати поведінкові мотиви індивідів. Перебуваючи в “ейфорії” від свободи, відсутності цензури та редакційної політики, дописувачі блогів, форумів, чатів інколи за прагненням здобути визнання й привернути увагу не помічають свідомого викривлення соціальної дійсності та свого впливу на соціальну ментальність.

Персональні блоги – невід’ємна частина публічного простору, саме їм належить вагомий роль у визначенні ситуацій як проблемних, наданні соціальним проблемам розголосу, перетворенні їх на предмет діалогу та вирішення. Персональні блоги відрізняє особлива функціональна спрямованість і відповідна авторська позиція. Відсутність у медіапросторі чіткого розуміння проблем соціального середовища, що висвітлені в блогах, які раніше не були популярними в ЗМК та маргінальними в публічному дискурсі, може сформувати серйозний вплив на ставлення суспільства до соціальних проблем та шляхів їх вирішення, особливо на шляху побудови громадянського соціуму.

Мета статті – розглянути принципи функціонування персональних блогів як інструменту соціальних медіа та ідентифікаційний компонент громадянської журналістики на соціокомунікаційній платформі ментальних репрезентацій.

Існує декілька ґрунтовних праць, що висвітлюють блоги як продукт інтернет-журналістики, наприклад, О. Іванова у своїй дисертаційній роботі “Професіоналізація Інтернет-журналістики в блогосфері” розглядає блогжурналістику як підгрупу інтернет-журналістики, виявляє

внутрішню структуру професійної групи блогжурналістів, оцінює особливості цієї структури, форми й тенденції розвитку [7]. Тема блогерства й журналістики висвітлена Б. Потятиником у праці “Інтернет-журналістика” в аспекті анонімності авторів блогів, дотримання правових та етичних норм [12]. Проте дослідники зупиняються на технічних характеристиках блогів, таких, як: тергетинг, частотність оновлення, тематика тощо, не звертаючи уваги на потужний сугестивний арсенал, що здатний впливати на ментальні установки та згодом формувати певні надбудови менталітету нації.

Глобалізаційні перетворення сучасного світу пришвидшили розвиток сфери інформаційно-комунікаційних технологій і призвели до повної часткової конвергенції засобів масової інформації. Симбіоз ЗМК, телекомунікаційних мереж та інструментарію електронного середовища спілкування стали причиною незворотної трансформації медіасистеми й розширення каналів комунікації.

Ланцюгова реакція істотних перетворень у суспільстві та зміни навколишнього середовища загалом, а засобів масової комунікації зокрема, свідчить про становлення й укорінення громадянського суспільства та функціонування громадянської журналістики як засобу обслуговування й забезпечення інформаційних потреб відозміненого суспільного строю.

М. Грушевський писав, що громадянське самоврядування в українських землях існувало вже з періоду Київської Русі, в його основу було покладено виробничу та територіальну ознаки: громади, що формувалися на виробничій або територіальній основі (громади купців, ремісників, міська, регіональна громади) [4, с. 103].

З виникненням у XVI ст. Запорізької Січі демократичні виборні традиції набули подальшого розвитку. Ця своєрідна система органів військово-адміністративної влади української державної організації виконувала одночасно функції внутрішньої й зовнішньої політики, властиві державній владі [15, с. 14].

Отже, прагнення до громадянського суспільства закладене в українців на ментальному рівні та зумовлює прагнення нації на різних етапах до розвитку здобувати свою самостійність.

За тривалий період “радянзації” в українському суспільстві зникли будь-які натяки та спроби самостійності. Так, І. Пасько та Я. Пасько в компаративних нарисах “Громадянське суспільство й національна ідея. Україна на тлі європейських процесів” вказують, що за радянських часів термін “громадянське суспільство” взагалі був відсутній у теоретично-поняттєвому апараті, що дозволялось використовувати для аналізу сучасних суспільних процесів.

Лише в 1988 р. в деяких українських газетах з’явилися передруки із центрального ідеологічного часопису “Комуніст”, де стримано говорили про “неформальні незалежні ініціативи”, де робили спроби поєднати ідею громадянського суспільства з концепцією “соціалістичного плюралізму” й необхідністю створення такої політичної системи, яка була б здатна оптимально враховувати реальну структуру суспільства, множинність інтересів та потреб соціальних груп, прошарків і окремих індивідів [11].

На нашу думку, саме такою була офіційна реакція на виникнення в суспільстві неофіційних громадянських структур і запізніла спроба віднайти рецепти підпорядкування цього процесу тоталітарній державі.

Сьогодні, за твердженням І. Харічева, громадянським можна назвати суспільство, члени якого можуть самоорганізуватися для захисту своїх різноманітних інтересів і прав. Громадянське суспільство передбачає контроль за владою. Навіть у демократичних країнах вона прагне перетворитися із слуги народу в його господаря [16, с. 5].

Аналіз наукових думок, що описують громадянське суспільство як особливий державний устрій, дав змогу сформулювати та виокремити три основні моделі, додавши роль ЗМІ:

1. Якісна модель. Громадянське суспільство – кінцевий етап розвитку людського суспільства; держава є складовою громадянського суспільства, а не навпаки. У свою чергу, ЗМІ відіграють роль “офіційної”, “четвертої” влади, здатної впливати на процеси в суспільстві.
2. Модель посередництва. Громадянське суспільство виступає як посередник, за допомогою механізму та інструментарію якого пов’язують особу, її інтереси, потреби та державу як політичну організацію суспільства. ЗМІ, як класичні, так і новітні, постають каналом зв’язку, транслюючи умонастрої суспільства та ретранслюючи реакцію держави на них.
3. Антагоністична модель. Громадянське суспільство й держава – окремі елементи суспільної структури, що на різних етапах свого паралельного існування можуть займати як нейтральні сторони, так і налагоджувати партнерські зв’язки. Засоби масової комунікації за такої ситуації займають позицію “сторожової собаки”, більшість матеріалів має викривальний характер. Зі свого боку владні структури чинять перешкоду діяльності журналістів таких ЗМІ.

Для обслуговування громадянського суспільства потрібна особлива соціальна інституція,

що враховує всі особливості функціонування як суспільства в період перетворення, так і особи в громаді, з її переконаннями та уподобаннями, проблемами й прагненням до їх вирішення. Таким соціальним інститутом постає громадянська журналістика.

У посібнику “Громадська журналістика та відповідальні соціальні медіа” знаходимо таке визначення поняття: “громадська журналістика – це діяльність громадян, які беруть активну участь у процесі збирання, аналізу та поширення інформації, не маючи при цьому професійної журналістської підготовки” [3, с. 11]. Мета такої діяльності – повернення журналістській функції демократичного медіуму. Це означає, що вона нікому не належить і забезпечує незалежну, надійну, різнобічно представлену та актуальну інформацію.

На переконання В. Тулупова, справжня журналістика неможлива без реального громадянського суспільства, важливим елементом якого вона сама є [14, с. 4]. Ця думка є ще одним доказом взаємозалежності дихотомії “громадянське суспільство – відкрита (громадянська) журналістика”. Проаналізувавши роботи вчених-журналістикознавців, ми можемо виокремити слова-синоніми поняття “громадянська журналістика”.

Теоретики ЗМІ вживають також поняття відкритої журналістики (open source journalism) (К. Шендеровський), громадянської (civic journalism, citizen journalism) (Н. Іллюк), громадської, публічної (public journalism) (Є. Прохоров), соціальної (social journalism), общинної, чи комунітарної (community journalism) (В. Гвоздєв), гуманітарної (humanitarian journalism), рефлексивної (reflective journalism) (О. Соґомонов), партисипативної журналістики (participatory journalism) (В. Гвоздєв), або журналістики співучасті (І. Дзялошинський).

У посібнику для місцевих мас-медіа “Громадянська журналістика: місцеве самоврядування, участь громадськості і професійні стандарти ЗМІ” знаходимо такі завдання відкритої журналістики: “Першим рівнем залучення громадян до самоврядування вважають надання інформації: поліпшивши обізнаність мешканців з діями влади, можна змінити їхнє ставлення до неї, заохотити громаду до відкритого обговорення певних питань та програм, підвищити ефективність уже втілюваних заходів” [2, с. 28].

Таке інформування закладає надійні підвалини подальшої активної участі громадян у місцевому самоврядуванні, своєчасне надання точної інформації є важливим елементом демократичного суспільства. Досвід розвитку інформаційно-комунікаційних структур свідчить, що громадянська журналістика й соціальні медіа займають значне місце в процесі активного та динамічного перетворення українського суспільства з пострадянською ментальністю на самостійну й вільну націю із прагненням самоусвідомлення.

Громадянська журналістика почала своє існування з перших спроб побудувати демократи-

чне суспільство й зазнала трансформацій за тривалий період становлення. Наприклад, О. Калмиков називає такі етапи розвитку журналістики як професійної галузі діяльності та соціального інституту: 1) палеожурналістика; 2) пражурналістика; 3) журналістика (у сучасному її розумінні); 4) постжурналістика (з орієнтацією на інтерактивні комунікації, інтеграцією ЗМК в єдину систему) [8, с. 62].

Четвертий етап розвитку соціальної журналістики нерозривно пов'язаний із дигітальною революцією, що зумовила зростання ролі інформації в житті суспільства, становлення комп'ютерних мереж, гіпертекстову природу мережі Інтернет, комунікаційну, мультимедійну та інтерактивну функцію Інтернету як мегабібліотеки та функціонування інформаційних мережових видань, зміцнення ролі блогів, менеджменту й ринковому позиціонуванню інтернет-видань та об'єднання в єдиний поліцентричний інформаційний простір країни.

Поступово це підводило науковців до висновку про можливість виокремлення засобів мережевої комунікації в особливу сферу соціального життя, "діяльність у межах якої виявляється тісно переплетеною з духовним виробництвом і формуванням суспільної свідомості", – пише А. Градюшко [1].

Г. Неяскін, теоретик у сфері соціальних медіа в бізнес-комунікації, пов'язує появу нових медіа із виникненням блогів: "Поняття "соціальних медіа" з'явилося порівняно недавно у зв'язку з появою ряду нових технологій (блоги) і інтернет-ресурсів (онлайніві соціальні мережі, відеохостинги)" [10].

Ю. Залізник вказує на трансформації, що відбулися в інтернет-просторі України: "У контексті журналістики соціальні мережі вже перетворились на соціальні медіа, змінивши підходи до пошуку, обробки та поширення інформації, створивши нові робочі місця та способи взаємодії з аудиторією" [6].

Автор піддає критиці канонічні види ЗМІ. "У той час, коли традиційні медіа – телебачення, радіо та преса не були готові виконувати інформаційні та об'єднуючі запити суспільства, цю роль на себе перебрали Facebook та Twitter, де немає цензора в особі головного редактора, випускового чи представника власника", а також відзначає роль соціальних медіа у зміні державного устрою: "Туніс, Єгипет, Лівія, Сирія, Білорусь, Росія, США і, нарешті, Україна – ось далеко не повний перелік країн, в яких за останній рік соціальні мережі справили (чин намагались справити) чималий вплив на стан державних справ, правлячі еліти та саму громадянську свідомість населення" [6].

Український учений Г. Почепцов у новій праці "Від Facebook'у і гламуру до Wikileaks: медіакомунікації" аналізує нові медіафеномени, які формують життя сучасної людини. До них автор зараховує й нові медіа, зокрема блоги, Twitter, Wikileaks, і соціальні мережі [13, с. 34]. Як слушно зауважує дослідник, ми звикли ди-

витися на теорію медіа як на щось створене в минулому. Але це не так, оскільки цей напрям не є статичним, а постійно перебуває в шаленій динаміці, що набирає обертів лише на платформі Web 2.0.

Потрібно багато зусиль, щоб прослідкувати за всіма ідеями й трендами. Особливо якщо нове приходить у прихованому вигляді: воно вже є, але ми його ще не помічаємо. Також учений пише, що поява нових технологій змінює багато в чому й сутність самої професії. Залишаються лише базові процеси збирання та передачі інформації [13, с. 9].

Персональний блог – явище достатньо вивчене, але ми говоримо про соціальні медіа як про систему надзвичайно динамічну, тому до кінця визначити та сформувати теоретичні й практичні правила та принципи існування блогу просто неможливо.

Блоги – продукт інтернет-комунікативної площини, оскільки безпосереднє середовище їх функціонування – віртуальна сфера [5, с. 172].

Дослідниця при роботі над визначенням брала до уваги те, що електронні щоденники є суспільними (вони є прямим продуктом виробництва самого соціуму) та більше, ніж соціальними, оскільки порушуються теми, близькі та важливі для різних суспільних груп. Медійна картина блогосфери стає легшою для сприйняття, розуміння та осмислення її інформаційних ресурсів. Фактор доступності впливає на оцінювання поведінки, а відтак, і картину світу юзерів, що корелює загальну поведінку "електронного суспільства", дає можливість стати безпосереднім учасником створення медійної картини електронної сфери [5, с. 172].

Але, на нашу думку, крім усвідомлення соціально-психологічних процесів конструювання блогів як соціально-інформаційних структурних систем, потрібно взяти до уваги дослідження ментальних маркерів блогів як засобу формування картини світу. Однією з головних характеристик персонального блога є його автор, а точніше – його світогляд, ментальність, система поведінкових мотивів.

Кращим висновком може бути уривок із тексту, що його розмістив у своєму блозі автор "БАІ" під заголовком "Менталітет українців змінюється!": "про не байдужість українців говорить такий факт. Ці тупі ФСБешники (у стилі Задорного) не розуміють звідки гроші у майдана, а все дуже просто, ці гроші дає сам Путін, 3 млрд дол. він дав нашому гаранту, а той дав господарю, а господар закрити ними диру у соц-виплатах: зарплати бюджетникам, виплати соц. незахищеним верствам населення, пенсії, стипендії..., а оскільки свідомість українців змінилася, завдяки Майдану, і вони стали не байдужими до долі своєї країни, то вони діляться цими грошами з Майданом, як найкращим виразником і захисником інтересів прогресивної частини українців!" [9]. Цей запис був рекомендований 300 іншим дописувачам українського порталу i.ua.

Висновки. Незважаючи на те, що громадянське суспільство для України є найоптимальнішим шляхом розвитку державного устрою та має давні традиції, починаючи з Київської Русі, соціальна медіаполітика як спосіб прискорення трансформації устрою в Україні є ще не дослідженою. У неї ще відсутні пріоритети та не сформовано стратегічні цілі. Однак у соціальних медіа вже визначилась націленість, сформувався передумови інституалізації щодо подолання тих диспропорцій, які заважають ЗМК виконувати свої обов'язки перед суспільством. Масштаб, комплексність та активність соціальних медіа в Україні ще далекі від досконалості, але велика кількість персональних блогів, що постійно зростають, свідчить про подолання пасивності громадянського суспільства та нарощування впевненості інститутів соціальної роботи у формулюванні відповідних медіапріоритетів, що виокремлюють і ретранслюють вагомі ментальні риси українського народу. Саме з погляду збереження й донесення кращих рис менталітету українські медіа не тільки усвідомляють принципи соціальної відповідальності, але й визнають необхідність їх дотримання в партнерстві з громадянськими інститутами та інститутами соціальної роботи.

Список використаної літератури

1. Градюшко А. Печатные СМИ и социальные сети. Стратеги медичного взаємодія [Електронний ресурс] / А. Градюшко. – Режим доступу: http://beldumka.belta.by/isfiles/000167_348928.pdf.
2. Громадянська журналістика: місцеве самоврядування, участь громадськості і професійні стандарти ЗМІ: посіб. для місц. масмедіа. – Київ, 2006. – 76 с.
3. Громадянська журналістика та відповідальні соціальні медіа: посібник для активістів НГО, суспільних журналістів / М. Орлов, В. Торбіч, О. Поліщук, А. Сільченко, А. Ушинська. – Рівне: Овід, 2012. – 68 с.
4. Грушевський М. Ілюстрована історія України / М. Грушевський. – Київ: Наук. думка, 1992. – 544 с.
5. Досенко А. Медійність як одна з основних ознак блога / А. Досенко // Психолінгвістика: зб. наук. праць. – Переяслав-Хмельницький: СКД, 2010. – Вип. 6. – С. 172–176.
6. Залізник Ю. Людина зі смартфоном або соціальні мережі як право на свободу [Електронний ресурс] / Ю. Залізник // Медіакритика. – Режим доступу: mediakrytyka.info/onlaynzurnalistyka/lyudyna-zi-smartfonom-abo-sotsialni-merezhi-yak-pravo-na-svobodu.html.
7. Иванова Е. Профессионализация интернет-журналистики в блогосфере: автореф. дис. ... канд. соц. наук / Е. Иванова; Нац. иссл. ун-т Высш. шк. экономики. – Москва, 2011. – 25 с.
8. Калмыков А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А. Калмыков. – Москва: Ин-т повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 2009. – 84 с.
9. Менталітет українців змінюється! [Електронний ресурс] // Інтернет-портал I.UA. – Режим доступу: <http://blog.i.ua/community/3062/1348229/>.
10. Неяскин Г. Влияние социальных медиа на бизнес-коммуникации [Электронный ресурс] / Г. Неяскин. – Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/text/33378753/>.
11. Пасько І. Громадянське суспільство і національна ідея. Україна на тлі європейських процесів. Компаративні нариси [Електронний ресурс] / І. Пасько, Я. Пасько. – Донецьк: Східний видавничий дім, 1999. – 184 с. – Режим доступу: <http://history.ukma.kiev.ua/journals/uho/5#sthash.yt7DhrNj.dpuf>.
12. Потятиник Б. Інтернет-журналістика / Б. Потятиник. – Львів: ПАІС, 2011. – 244 с.
13. Почепцов Г. Від Facebook у до Wikileaks: медіа комунікації / Г. Почепцов. – Київ: Спадщина, 2012. – 464 с.
14. Тулупов В. Аудитория СМИ как элемент гражданского общества / В. Тулупов // Акценты: новое в массовой коммуникации. – Воронеж: Ф-т журналистики ВГУ, 2005. – Вып. 5–6 (55–56). – С. 3–5.
15. Українське козацтво: сучасний стан та перспективи дослідження проблеми // Матеріали “круглого столу”. УІЖ. – 1990. – № 12. – 140 с.
16. Харичев И. Гражданское общество в подарок / И. Харичев // Независимая газета. – 2001. – 13 вересня. – С. 5.

Стаття надійшла до редакції 28.04.2014.

Клиш А. В. Персональный блог в теории социальных медиа

В статье анализируется понятие “персональный блог”, его основные характеристики как составляющей теории социальных медиа и инструмента гражданской журналистики на пути построения гражданского общества. Рассматривается гражданское общество как государственный строй и роль СМИ в нем. Предлагается три модели взаимодействия средств массовой коммуникации с властными структурами при разных вариантах функционирования открытого общества Украины.

Ключевые слова: блог, персонификация, социальные медиа, гражданская журналистика, общество, коммуникативное пространство.

Klishch A. The Personal Blog is in the Theory of Social Medias

A concept "The personal blog" is analysed in the article, his basic descriptions as to the making theory of social medias and instrument of civil journalism on the way of construction of civil society. In the article civil society as political system and role of MASS-MEDIA is examined in him. Three models of co-operation of facilities of mass communication are offered with imperious structures at the different variants of functioning of open society of Ukraine. Convolute attention on the powerful suggest's arsenal of blogs that is able to influence on mental options and afterwards, to form certain building on of mentality of nation.

Absence is examined in the spacious medias of the clear understanding of problems of social environment, that illumination in blogs that before not were popular in mass-media and distorted in public text, can form serious influence on attitude of society toward social problems and ways of their decision, but especially, on the way of construction of civil society.

Key words: *blog, personification, socialmedias, civiljournalism, society, communicative space.*