

Тонкіх Ірина Юріївна

*к.ф.н., старший викладач кафедри журналістики
Запорізького національного технічного університету*

ФОРМИ ІНТЕРАКТИВНОГО ЗВ'ЯЗКУ НА СТОРІНКАХ ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯ «КОРРЕСПОНДЕНТ.NET»

У статті проаналізовано форми інтерактивного зв'язку з аудиторією на сторінках інтернет-видання «Корреспондент.net»: блоги, форуми, опитування, коментарі, чати, читацькі публікації.

Ключові слова: інтернет-видання, інтерактивність, блоги, форуми, опитування, коментарі, чати.

Інтернет-ЗМІ останнім часом набувають все більшої популярності, і це відбувається з декількох причин. По-перше, з появою нових медіа значно спростився процес створення і розповсюдження інформації, через що з кожним днем збільшується кількість інтернет-ЗМІ, а в аудиторії розширюються можливості вибору. По-друге, нові медіа більш доступні та демократичні: численні форми інтерактивного зв'язку перетворюють читача з пасивного споживача інформації на активного її виробника. Саме інтерактивність як одна з типологічних ознак інтернет-ЗМІ сприяє зміні статусу аудиторії.

Процеси трансформації взаємин «журналіст – аудиторія» у сучасних інтернет-ЗМІ, що відбуваються завдяки різним формам інтерактивного спілкування з читачем, обумовлюють актуальність дослідження. Метою нашої розвідки є визначення форм інтерактивного зв'язку в інтернет-виданні «Корреспондент.net».

Вивченням специфіки інтернет-ЗМІ сьогодні займається значна кількість науковців: Р. Крейг [10], О.І. Акопов [1], Б.В. Потятиник [14], І.М. Артамонова [2-3], О.А. Калмиков та Л.О. Коханова [7-8], В.В. Кіхтан [9], Л.Є. Кройчик [11],

М.М. Лукіна та І.Д. Фомічова [12] тощо. Проте проблема використання інтернет-виданнями різних форм інтерактивного зв'язку залишається на сьогодні найменш дослідженою і потребує спеціального вивчення.

Однією з головних типологічних ознак, що визначають специфіку нового типу журналістики, є інтерактивність – діалогічність, наявність зворотного зв'язку між автором і аудиторією. Можливість двостороннього спілкування існувала і раніше, але з появою інтернету комунікація почала проходити в режимі онлайн, що пришвидшило процес спілкування і надало нові можливості для оперативної реакції на громадські запити.

На інтерактивність як одну із визначальних рис інтернет-ЗМІ звертають увагу майже всі науковці, які займаються вивченням нового типу журналістики. Так, наприклад, зарубіжний дослідник Р. Крейг називає інтерактивність основною ознакою онлайн-медіа: «Фактично всі інтернет-журналісти сходяться у тому, що найголовнішою унікальною рисою, яка найочевиднішим чином відрізняє інтернет від усіх інших засобів масової комунікації, є інтерактивність» [10, с. 41].

В. Кіхтан називає інтерактивність специфічною ознакою інтернет-ЗМІ, так само як мультимедійність, великий об'єм пам'яті, можливість швидкого виробництва і розповсюдження інформації [9, с. 28]. Як зауважують О. Калмиков та Л. Коханова, «интерактивность заложена в самую технологию WWW, что заставляет журналистику не на словах, а на деле отказываться от исключительно односторонних способов коммуникации» [8, с. 16].

О. Калмиков називає інтерактивність і гіпертекстуальність головними ознаками інтернет-ЗМІ і додає: «Императив интерактивности продиктован не только тем, что современные информационно-коммуникативные технологии (интернет, в частности) ориентированы на диалоговость, но и тем, что поле журналистики все в большей степени становится областью согласований в отношении смыслового взаимодействия со своими аудиториями» [7, с. 4].

Українська дослідниця інтернет-ЗМІ І. Артамонова також вбачає основну перевагу інтерактивності у залученні читачів до процесу вироблення і

поширення інформації: «Досить важливою особливістю Інтернет-ЗМІ є використання матеріалів, авторами яких є користувачі даних веб-сайтів. Залучення читачів до роботи над контентом практикують також офлайнові засоби масової інформації. Але дійсні авторські повноваження одержують лише представники аудиторії Інтернет-ЗМІ, реалізуючи таким чином широкі можливості середовища Інтернет в організації інтерактивності» [3, с. 184].

Автори підручника з інтернет-журналістики М. Лукіна й І. Фомічова визначають інтерактивність як багатосторонній інформаційний обмін зі споживачем і називають цю ознаку органічною і специфічною саме для інтернет-ЗМІ [12, с. 79]. Журналістикознавці розглядають чотири конфігурації інтерактивності з погляду спрямованості дій учасників комунікаційного процесу: від одного – до одного (електронні листи читачів), від одного – до багатьох (списки розсилки електронних листів), від багатьох – до одного (читачі ставлять питання відомій людині), від багатьох – до багатьох (участь у форумі) [12, с. 80].

Отже, інтерактивність завжди була притаманна усім видам ЗМІ (листи в редакцію, голосування, рейтинги, опитування, дзвінки у студію тощо), проте саме в інтернет-ЗМІ ця ознака стає типологічною, оскільки визначає специфіку нового типу журналістики: оперативне спілкування в режимі онлайн, яке розвертається в одному середовищі – мережі інтернет. При цьому постійно урізноманітнюються форми такого спілкування: читацькі коментарі, гостьові книги, голосування, рейтинги, опитування, форуми, блоги. Реципієнт отримує можливість не тільки оцінити або прокоментувати журналістський текст, а й створити власне повідомлення й залишити на сайті онлайн-видання. В результаті розширюються можливості двосторонньої комунікації, а також істотно змінюються функції аудиторії, яка із пасивного споживача інформації перетворюється на активного її виробника.

Інтерактивність в онлайн-виданнях реалізується у таких формах: електронні листи, форуми, гостьові книги, чати, коментарі, опитування, рейтинги, FAQ (список найпоширеніших запитань), блоги. Листи в редакцію –

найбільш проста і стара форма інтерактивного спілкування, що використовується і традиційними ЗМІ. Опитування і рейтинги також можуть проводитися у пресі, на радіо і на телебаченні. Але в інтернет-ЗМІ ці форми мають свою специфіку – вони більш оперативні і зручні. Отже, усі форми інтерактивного зв'язку можна поділити на дві групи: такі, що вже використовувалися традиційними ЗМІ (листи, опитування, рейтинги) і специфічні саме для інтернет-ЗМІ (форуми, блоги, чати, FAQ, коментарі).

Іншим критерієм класифікації форм інтерактивного зв'язку може бути характер спілкування – синхронний або відкладений. У такому випадку до першої групи можна віднести чати і ICQ, до другої – форуми, гостьові книги, блоги, коментарі, опитування, рейтинги.

Усі форми двостороннього зв'язку можна також розподілити за обсягом і можливостями розгорнутого викладу думок. Чати, ICQ, коментарі й опитування передбачають лаконічну форму відповідей, чітке формулювання думок, прості і короткі речення. Форуми, гостьові книги, блоги надають можливість для розгорнутого викладу думок, для детального аналізу проблеми, тому саме ці форми – найбільш популярні серед читачів, особливо блоги. Саме блоги дали підставу говорити про виникнення нового типу журналістики – «народної» або «громадянської», оскільки ця форма інтерактивного зв'язку завдяки своїй зручності, оперативності, дешевизні надала можливість читачам створювати власні тексти згідно з правилами й еталонами професійної журналістики.

«Корреспондент.net» – інтернет-видання, що має друкований аналог, але не може вважатися його ідентичною копією, оскільки використовує численні можливості, що їх надає інтернет. «Корреспондент.net» має основні специфічні ознаки, властиві інтернет-ЗМІ: мультимедійність, гіпертекстуальність, оперативність, інтерактивність. Інформація, подана у друкованому аналозі, доповнюється і розширюється за допомогою відео- та фотоматеріалів, недоступних для текстової версії. Окрім того, на сайті видання наявний архів публікацій, який можна переглянути у будь-який момент. Інформація оновлюється з різною періодичністю, що можливо також лише в інтернет-ЗМІ.

Гіперпосилання структурують матеріали за принципом нелінійного, контекстуального зв'язку. Отже, «Корреспондент.net» можна вважати самотійним інтернет-виданням.

Головною ознакою, що відрізняє онлайн-журнал від текстової версії, є інтерактивність, оскільки саме завдяки оперативному зв'язку з аудиторією видання не тільки набуває більшої популярності, а й поповнюється інформацією, надісланою читачами. «Корреспондент.net» використовує різні форми інтерактивності: блоги, форуми, чати, опитування, коментарі, електронні листи. Розглянемо специфіку використання кожної з форм.

Найбільш популярні форми інтерактивного зв'язку на сайті – блоги і форуми, які надають читачам змогу обирати теми для обговорення, самотійно продукувати інформацію. Блоги, які спочатку виконували лише функцію персональних електронних щоденників, зараз активно трансформуються і набувають все більшої публіцистичності й аналітичності, вони розраховані на велику кількість читачів і значний суспільний резонанс. Окрім того, форма щоденнику дозволяє зберігати відверту суб'єктивність позиції та експресивність оціночних суджень. Тому саме блоги – як читачькі, так і журналістські – наявні майже у всіх онлайн-ЗМІ. Усі блоги на сайті «Корреспондент.net» об'єднані у розділі «Блоги и мнения», де представлені блоги гостей видання, журналістів, читачів і бізнес-блоги, згруповані у відповідних підрозділах. Серед гостей видання переважна більшість – науковці, політики, громадські діячі, які за допомогою блогів висловлюють власну позицію або позицію певної політичної сили з приводу суспільно важливих питань, нерідко ці публікації виконують лише PR-функції.

Журналістам ця форма спілкування з аудиторією надає можливість самотійно обирати теми і жанри, більш відверто і суб'єктивно, ніж у друкованій версії видання, висловлювати думки з певних питань, «там самі журналісти розповідають про те, чого не змогли сказати у публікації в силу обмеження площі, жанру, завдання, яке ставила редакція» [5].

Окрім того, журналісти мають можливість, недоступну для більшості з них у традиційних ЗМІ, – вести авторські колонки у формі блогів. Як зауважує Б. Потятиник з цього приводу, «основні матеріали доповнюють блоги, які відіграють роль публіцистичних колонок та авторських щоденників» [14, с. 22]. Серед основних переваг журналістських блогів, які дослідник вважає органічною і невід’ємною частиною сучасної професійної журналістики, він називає незалежність, відсутність внутрішньоредакційної і зовнішньої цензури, відсутність кількісних обмежень [14].

Серед читачів «Корреспондент.net» блоги також користуються великою популярністю, оскільки дозволяють непрофесійним дописувачам спробувати свої сили у журналістиці та поділитися власними думками з широкою громадськістю, тому і сторінок із читацькими блогами у розділі «Блоги и мнения» найбільша кількість – на даний момент їх 1106.

Інша форма інтерактивного зв’язку з читачами, не менш популярна в інтернет-виданні «Корреспондент.net», ніж блоги, – це форуми, розміщені також в окремому розділі. Усі публікації тут розподілені за рубриками: «Бизнес», «В мире», «Здоровье», «Мир о нас», «Спорт», «Странности», «Технологии и наука», «Украина», «Шоу-BIZ» тощо. Така структуризація матеріалу полегшує пошук необхідної інформації і є абсолютно доречною з погляду величезної кількості публікацій.

На форумах читачі висловлюють думки з приводу журналістських матеріалів видання «Корреспондент.net», наприклад: «Якої мети редакція хотіла досягти цим матеріалом? Невже познайомити нас з думкою росіян про боротьбу за українську незалежність?» [15]. Пропонувати теми для обговорення можуть і журналісти, і читачі. Через це на форумах дуже багато інформаційного шуму і публікацій, які взагалі не мають із журналістикою нічого спільного, як-от поетична творчість автора [6] або прохання проголосувати за когось за вказаним посиланням [13]. Саме через це форуми «Корреспондент.net» як онлайнового засобу масової інформації, на нашу думку, потребують більш суворого контролю і модерації з боку редакції.

Розмірковуючи про специфіку російських інтернет-ЗМІ, Д. Таєвський називає інтерактивність головною перевагою форумів у порівнянні з «примітивними» інтерактивними формами традиційних ЗМІ – листами читачів і дзвінками у студію: «В Интернете же, в силу его технологических особенностей, обратная связь поставлена во главу угла, и зачастую именно отзывы на статью, а не сама статья, представляют главный интерес. Собственно, само название подобной формы взаимодействия – «форум» – отождествляется с мнением народа, народным вече» [17]. Кількість читачьких коментарів дозволяє ідентифікувати найбільш актуальні й резонансні теми. Моніторинг зауважень читачів на форумі дозволяє журналістам інтернет-ЗМІ окреслити коло злободенних проблем, обговорення яких призводить до створення професійних журналістських матеріалів. У свою чергу це підвищує рейтинг видання.

Періодично «Корреспондент.net» використовує ще одну форму інтерактивного зв'язку – чати. Чати влаштовуються з відомими політиками і зірками шоу-бізнесу. Результати публікуються на сайті у вигляді колективного інтерв'ю, за схемою «запитання читача – відповідь гостя». Інша форма комунікації, де чат виступає як засіб спілкування між читачами, не використовується, і це виправдано функціональними завданнями інтернет-ЗМІ.

Як правило, такі чати з'являються на сторінках інтернет-видань значно рідше, ніж форуми і блоги, оскільки читачі зазвичай використовують їх для приватних розмов на теми, які не стосуються публікацій видання і навряд чи можуть зацікавити широку аудиторію. Головна перевага чатів – можливість анонімного спілкування для багатьох користувачів у режимі онлайн, у реальному часі. Це найбільш оперативна форма інтерактивного зв'язку. Інтернет-видання «Корреспондент.net» вдало використовує цю перевагу в організації спілкування читачької аудиторії з відомими особами. У такій формі комунікації однаково зацікавлені і читачі (оскільки можуть отримати відповідь на своє запитання), і редакція (оскільки результати спілкування можна оформити у вигляді професійного інтерв'ю).

На головній сторінці «Корреспондент.net» наявні також опитування з проблем, актуальних на сьогоднішній момент, наприклад: «На вашу думку, як інформація з Wikileaks, що стосується України, змінить поведінку українських політиків?», «Які першочергові заходи потрібно зробити для боротьби з епідемією СНІДу в Україні?» [4].

Опитування підкреслюють інтерес видання до читацьких суджень. Окрім того, за результатами опитувань журналіст може оприлюднити статистичні дані з певного приводу, навести цифри на підтвердження власної думки, хоча такі дослідження і не мають наукової цінності. На це звертає увагу Р. Крейг: «Опитування в інтернеті мають суттєві недоліки. По-перше, вони не є науковими по своїй природі. Інтернет-опитування не можуть забезпечити опитування випадкових респондентів. Також вони не можуть належним чином репрезентувати населення певної території. Таким чином, їх результати не можуть оброблятися за допомогою методів традиційного аналізу опитувань. Іншими словами, опитування в інтернеті не мають цінності як засіб оцінки громадської думки. Значною мірою вони є розвагою для користувачів» [10, с. 197].

Усі публікації на сайті «Корреспондент.net» супроводжуються коментарями, які може залишити будь-який зареєстрований користувач. Ця форма спілкування має стільки ж переваг, скільки й недоліків. Коментарі дають можливість читачу швидко і лаконічно висловити власні думки і зауваження з будь-якого приводу, і це, безперечно, позитивний момент. «Редактори новинних сайтів постійно наголошують, що коментарі користувачів є одним і шляхів до удосконалення сайту. У підсумку сайт зазнає впливу як з боку редакторів, так і з боку читачів і стає продуктом спільних зусиль видання та аудиторії» [10, с. 198].

Головна проблема, пов'язана з читацькими коментарями, породжена їхньою анонімністю, – проблема етико-правової відповідальності видання за зміст коментарів. Вже неодноразово як законодавці, так і самі журналісти ініціювали дискусію стосовно контролю над недостовірною, неетичною та

компрометуючою інформацією, яку читачі розміщували у коментарях та форумах. На сьогодні учасники цієї дискусії так і не дійшли згоди, тому що обирати доводиться з-поміж свободи слова й етики спілкування.

«Корреспондент.net» ілюструє наявність проблеми контролю над інформацією в коментарях читачів, оскільки майже будь-яке обговорення публікації перетворюється у нецензурну лайку і взаємні образи. Дуже рідко коментарі несуть смислове навантаження, їм бракує аналітичності та елементарної етики спілкування, як правило, це тільки емоційні репліки з дискусійних питань. Так, наприклад, лінгвістична дискусія навколо вживання прийменників «в» і «на» з назвою держави «Україна» переросла у читацьких коментарях у політичну бійку і взаємні претензії: «Трифон Строгий: Ириша, перед кем вы бисер мечете. Это же все птенцы гнезда прафессарскаво. EdUa: Это бисер ее крохотных знаний ...» [16].

Найбільш цікавою і вдалою формою інтерактивного спілкування на сайті інтернет-видання «Корреспондент.net», на наш погляд, можна назвати розділ «Я – Корреспондент», у якому кожен бажаючий може виступити в ролі репортера. У цьому розділі читачі розміщують власні відео- і фоторепортажі, рейтинг яких визначається голосуванням, а також кількістю переглядів і коментарів. Розділ «Я – Корреспондент» має такі підрозділи: «Репортажи», «Видеоблоги», «Задания редакции», «Конкурсы», «Блоги путешественников». Користувачі можуть самі обирати теми репортажів або виконувати завдання редакції, надсилаючи матеріали на визначену тему.

Жанр репортажу поживає інформаційні матеріали, дозволяє побачити незвичайні події або повсякденні речі очима іншого читача, отримати окрім новинної інформації живі й безпосередні враження очевидця. Безперечно, знахідкою «Корреспондент.net» є головний принцип цього розділу: мінімум тексту – максимум відео- і фотоматеріалів, які надають можливість пересвідчитися у достовірності інформації. Обсяг друкованої версії видання не дозволяє розмістити таку кількість візуальних матеріалів, тому онлайн-аналог у цьому сенсі має велику перевагу. Розділ «Я – Корреспондент» залучає

читачів до професійної журналістської творчості, що є позитивним моментом як для редакції (яка отримує безліч позаштатних репортерів), так і для читачів (які можуть спробувати свої сили у професії репортера).

Отже, інтернет-видання «Корреспондент.net» використовує численні форми інтерактивного зв'язку: блоги, форуми, опитування, коментарі, чати – тобто майже всі основні форми інтерактивності з наявних на сьогодні в українських онлайнових ЗМІ. При цьому особливу увагу видання приділяє тим формам спілкування, що залучають читачів до журналістської творчості, як-от створення блогів, фото- і відеорепортажів, написання новин. Це дозволяє говорити про «Корреспондент.net» як про одне з найбільш прогресивних та професійних на сьогодні інтернет-ЗМІ, яке не тільки стежить за основними тенденціями розвитку сучасного медіапростору України, а й сприяє становленню й розвитку вітчизняної громадянської журналістики.

Література

1. Акопов А. И. Средства массовой информации в контексте времени и пространства / А. И. Акопов // Журналистика: взаимодействие теории и практики. Материалы научно-практической конференции. – Ростов-на-Дону, 2010. – С.115–118.
2. Артамонова І. М. Інтернет як специфічний тип мас-медійного тексту (на матеріалах українського сектору мережі) / І. М. Артамонова // Вісник СумДУ. – 2007. – № 2. – С. 5–9. – (Серія «Філологія»).
3. Артамонова І. М. Системні характеристики онлайнових та офлайнових ЗМІ / І. М. Артамонова // Вісник СумДУ. – 2008. – № 1. – С. 181–188. – (Серія «Філологія»).
4. Архів опитувань [Електронний ресурс] // Корреспондент.net. – Режим доступу : <http://korrespondent.net/votes>

5. Габор Н. Дещо про п'яту владу [Електронний ресурс] / Н. Габор // Медіакритика. – Режим доступу : <http://www.mediakrytyka.info/onlayn-zhurnalistyka/descho-pro-pyatu-vladu.html>
6. Де ти? Радість моя [Електронний ресурс] // Корреспондент.net. – Режим доступу : <http://forum.korrespondent.net/read.php?2,1350073,page=11>
7. Калмыков А. А. Интернет-журналистика в системе СМИ : становление, развитие, профессионализация : автореф. дис. на соискание учен. степени доктора филол. наук : спец. 10.01.10 «Журналистика» / А. А. Калмыков. – Москва, 2009. – 42 с.
8. Калмыков А. А., Коханова Л. А. Интернет-журналистика : Учебное пособие / А. А. Калмыков, Л. А. Коханова. – М. : Юнити-Дана, 2005. – 383 с. – (Серия «Медиаобразование»).
9. Кихтан В. В. Информационные технологии в журналистике / В. В. Кихтан. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2004. – 160 с. – (Серия «Высшее образование»).
10. Крейг Р. Интернет-журналістика / Р. Крейг. – К. : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2007. – 323 с.
11. Кройчик Л. Е. Секреты интернета / Л. Е. Кройчик // Журналистика: взаимодействие теории и практики. Материалы научно-практической конференции. – Ростов-на-Дону, 2010. – С.131–132.
12. Лукина М. М., Фомичева И. Д. СМИ в пространстве Интернет / М. М. Лукина, И. Д. Фомичева. – М. : Изд-во МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005. – 87 с.
13. Помогите выиграть в конкурсе! [Электронный ресурс] // Корреспондент.net. – Режим доступа : <http://forum.korrespondent.net/read.php?8,1342522>
14. Потятиник Б. В. Интернет-журналістика : навчальний посібник / Б. В. Потятиник. – Львів : ПАІС, 2010. – 244 с.

15. РГ: Националисты влипли в историю [Электронный ресурс] // Корреспондент.net. – Режим доступа : <http://forum.korrespondent.net/read.php?5,1295823>

16. Соломко И. «Едем на Россию» или наш ответ Табачнику [Электронный ресурс] / И. Соломко // Корреспондент.net. – Режим доступа : <http://blogs.korrespondent.net/journalists/blog/aniri2/a29638>

17. Таевский Д. Специфика российской Интернет-журналистики [Электронный ресурс] / Д. Таевский. – Режим доступа : <http://lib.babr.ru/index.php?book=4385>

The article analyzes the forms of interactive communications with audience on pages of the internet-edition «Korrespondent.net»: blogs, forums, questionings, comments, chats, reader's publications.

Key words: internet-edition, interactivity, blogs, forums, questionings, comments, chats.

В статье проанализированы формы интерактивной связи с аудиторией на страницах интернет-издания «Корреспондент.net»: блоги, форумы, опросы, комментарии, чаты, читательские публикации.

Ключевые слова: интернет-издание, интерактивность, блоги, форумы, опросы, комментарии, чаты.