

Способи залучення читачів до журналістської діяльності в українських інтернет-ЗМІ

У статті визначаються способи залучення читачів до журналістської діяльності в українських інтернет-виданнях, а саме блоги, публікації читацьких репортажів, фото- і відеоматеріалів, статей, новин тощо.

Ключові слова: інтернет-видання, інтерактивність, блоги, громадянська журналістика.

В статье определяются способы привлечения читателей к журналистской деятельности в украинских интернет-изданиях, а именно блоги, публикации читательских репортажей, фото- и видеоматериалов, статей, новостей и т.д.

Ключевые слова: интернет-издание, интерактивность, блоги, гражданская журналистика.

In the article the author determines the ways of readers' joining the journalistic work such as blogs, publications of readers' reports, photo and video materials, articles, news etc.

Key words: internet resource, interactivity, blogs, public journalism.

На етапі становлення інформаційного суспільства в Україні першочергового значення набувають новітні технології, насамперед мережа інтернет, що надає нові можливості спілкування. Розвиток нових способів продукування та поширення інформації обумовив виникнення нового виду журналістики – онлайнової. Інтернет-медіа мають багато переваг у порівнянні з традиційними ЗМІ: надзвичайна оперативність у поданні новин, поєднання можливостей різних видів ЗМІ (мультимедійність), наявність гіперпосилань, що розширюють смислове поле тексту, а також інтерактивність – двосторонні комунікаційні зв'язки з читацькою аудиторією.

Саме завдяки інтерактивності інтернет-ЗМІ утворилося нове явище, яке у сучасному журналістикознавстві отримало назву «громадянської» журналістики. Різні форми інтерактивного спілкування надали читачам можливість виловлювати власні думки з приводу публікацій видання,

коментувати й оцінювати прочитане, а також долучатися до журналістської творчості, розміщувати на сайті власні статті, репортажі, фоторепортажі тощо. Через недовгу історію свого розвитку, українські онлайнві видання використовують можливості інтерактивної комунікації у різній мірі. Тому на сьогодні вивчення форм інтерактивності як способів залучення читачів до журналістської діяльності, визначення специфіки розвитку громадянської журналістики в Україні видається особливо актуальним.

Вивченням онлайнвої журналістики займається значна кількість вчених: Р. Крейг, Д. Гол, О. Акопов, Б. Потятиник, І. Артамонова, М. Лукіна, І. Фомічова, О. Калмиков, Л. Коханова, Л. Кройчик, В. Кіхтан тощо. У своїх роботах науковці визначають специфічні ознаки інтернет-ЗМІ, порівнюють їх із традиційними медіа, аналізують тенденції розвитку нового типу журналістики. Останнім часом журналістикознавці акцентують увагу на інтерактивності як на одній із головних переваг онлайнвих ЗМІ, що спричиняє появу народної (або «громадянської») журналістики: Д. Гол [6], І. Артамонова [1], К. Захаров [7], О. Красноярова [8], Л. Браславець [4], Т. Сазонов [11] тощо. Науковці дають визначення новому явищу, аналізують позитивні та негативні його прояви, прогнозують подальший розвиток громадянської журналістики. Проте способи залучення читачів до творчої діяльності потребують більш детального вивчення на матеріалі українських ЗМІ.

Метою роботи є визначення способів залучення читачів до журналістської діяльності в українських інтернет-виданнях. Реалізація мети передбачає розв'язання таких завдань: виявлення та класифікація різних форм інтерактивного зв'язку з аудиторією в інтернет-ЗМІ, виокремлення серед них форм інтерактивності, що активізують творчу діяльність читачів, визначення специфіки розвитку громадянської журналістики в Україні.

Усі форми інтерактивного зв'язку в інтернет-виданнях можна розділити на дві групи: прості форми, основна функція яких – надавати можливість коментувати й оцінювати журналістські публікації, і більш складні, метою яких є залучення читачів до журналістської творчості. Якщо в коментарях,

опитуваннях і чатах читач залишається читачем, тобто об'єктом комунікаційного процесу, то у блогах, іноді – у форумах, у власних репортажах і статтях читач перетворюється на рівноправного суб'єкта комунікації, виробника інформації.

Народна журналістика – явище досить молоде, в нашій країні вона тільки починає розвиватися. Тому не всі інтернет-видання надають своїм читачам можливість відчувати себе журналістом. На сьогодні таких видань небагато: «Корреспондент.net», «Українська правда», «Газета по-київськи», «Сьогодні.ua», «Zaxid.net», «Обозреватель». Способи залучення читачів до журналістської діяльності дуже різні. По-перше, це читачькі блоги, присвячені актуальним, суспільно важливим питанням.

Популярність і зростаючий з кожним роком вплив блогосфери призвів до того, що блоги почали створювати на сайтах інтернет-видань – спочатку журналістські, а потім і читачькі. Онлайнові ЗМІ дуже зацікавлені у такій формі спілкування, оскільки це дозволяє сконцентрувати розосереджені і децентралізовані за своєю природою блоги навколо одного медійного ресурсу, а незалежних блогерів перетворити на дописувачів певного інтернет-видання.

Аналізуючи причини популярності блогів, І. Артамонова пише: «Можна припустити, що передумовою появи і постійно зростаючої популярності блогів стали технологічні можливості мережі, що зумовили розширення аудиторії і стимулювали потребу у нових видах інтернет-комунікації, більш індивідуальній – для самовираження, утвердження самоїдентичності, коли споживач інформації трансформується в її виробника. У той же час із соціального погляду поява блогів – це певний етап розвитку суспільства, коли потреба у самовираженні, повазі, визнанні, що характеризує саме розвинений соціум, стає все більш необхідною, актуальною для самого суспільства» [1, 44]. Тобто поява блогів як способу залучення читачів до журналістської діяльності, як засобу самовираження свідчить про якісно новий етап розвитку не тільки журналістики, а й усього суспільства, яке дійсно на сучасному етапі можна назвати інформаційним.

Інтернет-ЗМІ мають ще одну перевагу. Якщо в традиційних ЗМІ тематику і проблематику видань визначали виключно професійні журналісти, нові медіа надають таку можливість своїм читачам. Т. Сазонов зазначає з цього приводу: «На наш взгляд, именно развитие блогосферы (читай – самоорганизованной аудитории СМИ) приводит к потере веками установленного права традиционных СМИ на установление повестки дня. Аудитория сама начинает решать, что именно ее волнует и о чем нужно говорить» [11, 137].

Звичайно, не всі теми, яким присвячені читацькі блоги, здатні привернути увагу широкої громадськості, через величезну кількість публікацій виникає дуже багато інформаційного шуму. «Однако, как показывает практика, в нужные моменты, когда дело касается реальных общественных интересов, блогосфера обретает способность консолидироваться и выносить в «топ» серьезные проблемы» [11, 137]. Наприклад, на сайті інтернет-видання «Корреспондент.net» у читацьких блогах підіймаються такі теми: «Презентація книги про голодомор СБУ», «Хвора демократія», «Янукович назначил Сергея Арбузова главой Национального банка», «Мовне питання», «Ліки від історичної непам'яті», «Євро-2012 чи людяність», «Українське православ'я: 20 років на роздоріжжі» тощо [3].

На сайті інтернет-видання «Zaxid.net» серед блогерів, які професійно не займаються журналістикою, є науковці, письменники, політичні діячі, а читацькі блоги виокремлено у спеціальний підрозділ. Проте в усіх блогах – як професійних, так і непрофесійних – деякі теми дуже схожі, що свідчить про дійсну їх актуальність і важливість. Наприклад, «За якою Конституцією ми живемо?», «Протест науковців проти переслідування історика з боку СБУ», «Дискусія щодо підручника історії», «Підручник історії від Табачника», «Між історичною подією, міфом і сучасними викликами» тощо [2].

На деяких сайтах існує певна політика публікацій у розділі «Блоги». Так, наприклад, в інтернет-виданні «Телекритика» створити блог може кожен бажаючий, але він повинен діяти згідно з правилами, наявними на сайті: «Редакція «Телекритики» не обмежує авторів у тематиці записів у блогах, проте

сподівається, що вони враховуватимуть тематичні особливості ресурсу та інтереси аудиторії. У блогах заборонено: вживання ненормативної лексики; публікація приватної інформації осіб, які не давали на це своєї згоди, за винятком випадків, коли ця інформація об'єктивно становить суспільний інтерес і стосується публічних осіб; провокативні, агресивні висловлювання, що розпалюють расову чи міжнаціональну ворожнечу, ображають національну гідність, містять заклики до повалення конституційного ладу; образливі висловлювання чи необґрунтовані звинувачення на адресу «Телекритики», її засновників, співробітників, а також обговорення дій адміністратора; публікація порожніх, незмістовних повідомлень. У разі регулярного порушення правил адміністрація залишає за собою право припинити співпрацю з автором подібних записів» [10].

Така політика видання, чітко визначена й опублікована на сайті «Телекритики», безумовно заслуговує на позитивну оцінку, оскільки демонструє ставлення редакції до читачів як до рівноправних партнерів і надає їм можливість творчої діяльності у межах чинного законодавства України – теми блогів обмежуються лише юридичними нормами.

Популярні блоги в інтернет-виданні «Телекритика» можна знайти у підрозділі «Найбільш коментовані пости». Наразі найбільше відвідувань і коментарів мають блоги за темами «Бійка у ВР. Післямова», «Belorussia videoplay», «Пісня про йолку або стоп самоцензури», «Візирь» на об'єкції ваші мови» [10]. Кількість коментарів і відвідувань, що фіксується і зазначається поруч із кожною з тем блогу, свідчить про суспільний резонанс і влучність обраної теми.

Читацькі блоги привертають увагу і журналістів, оскільки дозволяють визначити актуальні суспільно-політичні, економічні або культурні проблеми, які потребують уваги. Як зазначає І. Артамонова, «Блогерство стає одним із джерел ідей для традиційних медіа: журналісти посилаються на блоги, використовують їхні повідомлення як інформаційні приводи. Аудиторія сама почала управляти змістом, вибирати те, що їй подобається» [1, 45].

Інтернет-видання «Українська правда» відводить читацьким публікаціям окремий розділ – «Народні блоги». Усі матеріали тут розподілені за рубриками: «Політика», «Національна ідея», «Економіка, криза», «У містах та селах», «Закордонні справи», «Культура, мова», «Історія», «Туризм, відпочинок», «Здоров'я, спорт», «Життя навколо», «Дискусії», «Гумор та сатира», «Фото» [9]. Така детальна рубрикація є доцільною і виправданою, оскільки впорядковує за темами величезну кількість публікацій і полегшує пошук необхідної інформації. «Народні блоги» наразі мають 1805 авторів, що свідчить про високу популярність видання серед читачів. «Українська правда» – одне з перших якісних інтернет-видань, воно було засновано у 2000 р. і за десять років свого існування завоювало прихильність багатьох читачів, чим пояснюється популярність і «Народних блогів».

Поруч із темами і анонсами публікацій зазначено рейтинг (кількість голосів «за» чи «проти») і кількість коментарів. Наявний також топ-12 авторів, публікації яких мають найбільший рейтинг. У кожного автора є свій профайл, де окрім нік-нейму і рейтингу можна продивитися додаткову інформацію: справжні ім'я та прізвище (за бажанням автора), професія або соціально-політичні чи релігійні погляди, вік, стать, місце проживання, кількість публікацій тощо.

Обґрунтування концепції «Народних блогів» опубліковано у розділі «Про проект»: «На «Українську правду» часто приходять листи читачів зі статтями. На жаль, не усі вони підходять під наш формат. Але усі вони відбивають наше життя, ситуації, ваші інтереси, прихильності, любов... Тому з'явилася ідея створення цього сайту – сама назва відбиває його суть. Народна Правда – це ваш погляд, це наше життя вашими очима. На цьому сайті ми запрошуємо вас будувати іншу віртуальну реальність, відмінну від політики і максимально наближену до реального життя. З повагою, редакція НП» [9]. Такий підхід, на наш погляд, – дуже професійний, тому що не тільки запрошує читачів до співпраці, а й не обмежує у тематиці публікацій, пропонує найбільшу серед усіх інтернет-видань кількість рубрик, до того ж пояснює позицію реакції.

Оскільки «Українська правда» – це якісне видання, то і в «Народних блогах» читачам пропонується не спускатися до рівня жовтої преси. Ілюстрацією професійного підходу є підрозділ «Правила», де дуже детально прописані правила користування сайтом: «Матеріали, що друкують на сайті, мають бути цікавими широкому колу читачів. У розділі «Статті» допускається публікація тільки авторських матеріалів. Неавторські матеріали, які вже були опубліковані на інших сайтах, просимо розміщувати у розділі «Лінки» [9].

Дуже цікавим підрозділом «Народних блогів» є «Аудиторія», де можна продивитися статистичні дані стосовно відвідувачів, користувачів і авторів сайту. Так, у цьому підрозділі зазначено, що 92% аудиторії – мешканці України, 3% – Росії, по 1% – Німеччини та США і 3% – інших країн. Переважна більшість користувачів – чоловіки (74 %) віком від 20 до 40 років [9].

Усі ці підрозділи полегшують роботу користувача на сайті і створюють сприятливі умови для співпраці. Безперечно, таке уважне і серйозне ставлення редакції до своєї аудиторії також сприяє підвищенню рейтингів «Української правди» і постійному зростанню популярності цього інтернет-видання.

На жаль, на відміну від «Української правди» і «Корреспондент.net», більшість інтернет-видань не розділяє блоги на журналістські та читачькі, тому часто дуже важко визначити, ким є автор публікації – професійним дописувачем або звичайним читачем, як, наприклад, у виданнях «Комментарии:» (proUA.com) та «Gazeta.ua». Проте «Комментарии:» мають розділ «Liveblog», де читачі можуть залишити свої відеосюжети. І це ще один спосіб залучення читачів до журналістської діяльності.

Відеорепортаж – це той жанр інтернет-журналістики, в якому можуть успішно працювати як професійні журналісти, так і читачька аудиторія. Адже головне у репортажі – створення ефекту присутності на місці події, коли будь-хто може побачити цю подію очима очевидця. Репортаж – це жанр, у якому в рівній мірі поєднуються художність і документальність. Відеорепортаж в інтернеті за своєю суттю близький до телерепортажу, основне завдання якого – показати подію в динаміці, у реальному часі та просторі.

Звичайно, не всі факти, що потрапляють до читацьких відеорепортажів, заслуговують на увагу широкої громадськості, не завжди вдалим є вибір теми і ракурс її висвітлення. Проте безпосередність сприйняття, емоційність подання матеріалу, правдивість і неупередженість викладу, оригінальність деталей, свіжість власної точки зору – безумовні переваги непрофесійних репортажів.

Основні теми читацьких відеосюжетів, які потрапляють на сторінки інтернет-видань, – це репортажі з музичних фестивалів і концертів, спортивних змагань, народних мітингів, тобто безперечним лідером є подієвий репортаж. Безпосередні емоційні враження від побаченого часто заважають об'єктивному і документальному висвітленню події, проте поживляють виклад. Відсоток якісних проблемних репортажів серед читацьких матеріалів дуже низький, а от постановчий репортаж, під час якого ведуться зйомки прихованою камерою – досить часте явище.

Подієві фоторепортажі можна знайти в інтернет-виданні «Українська правда», у розділі «Народні блоги», у підрозділі «Фото». Це, наприклад, фоторепортаж «Лицарі українського року в країні вікінгів» – про виступ українського гурту «Гайдамаки» у Норвегії; фоторепортаж про акцію солідарності на підтримку білоруського народу біля посольства Білорусі в Україні «Українські активісти вимагають звільнення білоруських колег»; фоторепортаж про громадську акцію проти наркотиків з Харкова «Спорту – так! Наркотикам – ні! Здорова нація проти деградації» тощо [9].

На сайті інтернет-видання «Корреспондент.net» найбільш цікавою і вдалою формою інтерактивного спілкування, 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» [12]. Користувачі можуть самі обирати теми репортажів або виконувати завдання редакції, надсилаючи матеріали на визначену тему.

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.

На сайті «Корреспондент.net» переважна більшість читацьких фото- і відеорепортажів – також події, проте зустрічаються і так звані постановчі репортажі, коли автор провокує або моделює певну ситуацію і веде зйомки прихованою камерою. Наприклад, відеорепортаж про протиправні дії ДАІ, який зняв активіст Дорожнього контролю «У ГАИ поехала крыша: водителя вытянули из машины на просьбу показать служебное удостоверение» [12].

У підрозділі «Завдання редакції» переважають тематичні фоторепортажі. Основні теми – це «Путешествие по Украине», «Путешествие в Китай», «Путешествие в Турцию», «Путешествие в Черногорию», «Восхождение на Монблан» тощо, тобто це переважно фоторепортажі з подорожей. Хоча трапляються й інші цікаві теми: «Есть такая профессия», «Праздник на нашей улице», «И снова выборы», «Девушки бывают разные» [12].

Інтернет-видання «Газета по-киевски» також має окремий розділ, призначений для читацької журналістської творчості – «Газета по-народному». На головній сторінці зазначені форми роботи читачів на сайті: завантажити новини, чутки, статтю, фоторепортаж, відео, скаргу [5]. Це дуже зручно, оскільки всі матеріали одразу диференціюються не тільки за тематичними рубриками, а й за жанрами. При цьому достовірна інформація – новини – відокремлена від неперевіреної – чуток, що свідчить про професійний підхід інтернет-видання до роботи з читацькою аудиторією.

Серед авторів визначаються топ-автори і дебютанти, кожен автор має свій рейтинг, що визначається за кількістю балів, отриманих від інших читачів. В окремому підрозділі можна продивитися інформацію про всіх авторів, які брали участь в інтернет-проекті. У підрозділі «О проекте» опубліковано основні

правила роботи читачів на сайті, поради, як отримати високі рейтинги, порядок проведення конкурсів і визначення переможців [5].

Своєрідна знахідка «Газеты по-киевски» – матеріальне заохочення читачів у вигляді грошових премій за найкращі новини та репортажі: кожного місяця визначаються 15 переможців у жанрі новини і 5 найкращих фото- або відеорепортажів, за які читачі отримують по 100 гривень. У такій співпраці однаково зацікавлена і редакція і читачі, оскільки видання залучає до роботи велику кількість непрофесійних дописувачів і репортерів, які намагаються якнайкраще проявити себе і заробити грошову винагороду.

Отже, серед основних форм залучення читачів до журналістської діяльності в сучасних українських інтернет-виданнях можна назвати читачькі блоги, репортажі, фото- і відеоматеріали, статті, новини. Способами заохочення читачів до активної співпраці виступають рейтинги публікацій, які визначаються за кількістю відвідувань і кількістю оцінок, проведення конкурсів, призначення грошових винагород за найкращі публікації.

Оскільки журналістський штат онлайн-видань, як правило, дуже невеликий, інтернет-редакції дуже зацікавлені в залученні читачів до журналістської діяльності. У результаті зростають рейтинги онлайн-видання – за рахунок відвідувачів, що знаходять на сайті нову інформацію, та дописувачів, зацікавлених творчою діяльністю. У результаті поступово розвивається народна журналістика, яку, незважаючи на її непрофесійність, можна визнати прогресивним явищем, що сприяє становленню інформаційного суспільства в Україні.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Артамонова І. М. Блог у системі соціальних комунікацій / І. М. Артамонова // Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник. – 2010. – Т. 38 (січень-березень). – С. 44–48.

2. Блог читачів [Електронний ресурс] // Zaxid.net. – Режим доступу: <http://www.zaxid.net/blogauthor/24/>

3. Блоги и мнения. Пользователи [Электронный ресурс] // Корреспондент.net. – Режим доступа: <http://blogs.korrespondent.net/users>
4. Браславец Л. А. Основные характеристики понятия «гражданская журналистика» в системе сервисов социальных сетей / Л. А. Браславец // Журналистика : взаимодействие теории и практики. Материалы научно-практической конференции. – Ростов-на-Дону, 2010. – С.122–125.
5. Газета по-народному. О проекте [Электронный ресурс] // Газета по-киевски. – Режим доступа: <http://narod.mycityua.com/about/>
6. Гол Дж. Онлайнова журналістика / Джим Гол; [пер. з англ. К. Булкін]. – К. : «К.І.С.», 2005. – 344 с.
7. Захаров К. М. Формы взаимодействия журналистики с культурой интернет-блогов / К. М. Захаров // Журналистика : взаимодействие теории и практики. Материалы научно-практической конференции. – Ростов-на-Дону, 2010. – С. 90–95.
8. Краснаярова О. Трансформация статуса аудитории МК в современных условиях / О. Краснаярова // Журналистика : взаимодействие теории и практики. Материалы научно-практической конференции. – Ростов-на-Дону, 2010. – С. 25–29.
9. Народні блоги [Електронний ресурс] // Українська правда. – Режим доступу: <http://narodna.pravda.com.ua/>
10. Останнє у блогах [Електронний ресурс] // Телекритика. – Режим доступу: <http://blogs.telekritika.ua/>
11. Сазонов Т. Г. Теория «информационной повестки дня» и блогосфера : новые реалии в пространстве современных СМИ / Т. Г. Сазонов // Журналистика : взаимодействие теории и практики. Материалы научно-практической конференции. – Ростов-на-Дону, 2010. – С.135–139.
12. Я – Корреспондент [Электронный ресурс] // Корреспондент.net. – Режим доступа: <http://reporter.korrespondent.net/reports/6216>