

Половинчак Ю.М.

## Особливості функціонування української блогосфери

Половинчак Юлія Миколаївна, кандидат історичних наук., старший науковий співробітник, зав. відділу Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського, м. Київ, Україна

**Анотація.** У статті узагальнено особливості блогосфери як системи комунікацій в інтернет-просторі та узагальнено її функціональні характеристики. Запропоновано контекстний підхід як ключовий для визначення національної блогосфери. Проаналізовано та узагальнено специфічні риси розвитку української блогосфери.

**Ключові слова:** соціальні медіа, блоги, медіа-конвергенція, українська блогосфера, регіональний блогінг

Розвиток цифрового суспільства, особливо під впливом поширення технологій Web 2.0 – безкоштовних програмних продуктів, що дають змогу користувачам Інтернету без знання мови HTML створювати, розмішувати й підтримувати контент у Мережі, змінює – більше або менше – усі сфери людської діяльності: політику, економіку, науку та освіту, мистецтво й дозвілля тощо. Чи не найсерйозніші трансформації під впливом новітніх інформаційно-комунікаційних технологій торкнулися масової комунікації – фактично експерти сьогодні ведуть дискусії про перспективи витіснення чи принаймні відтіснення з передових позицій традиційних засобів масової інформації так званими «соціальними медіа», до яких, зокрема, відносяться і блоги.

Зростання як кількості, так і значення блогів за два останні десятиліття актуалізувало наукове осмислення цього явища в контексті комунікативістики, лінгвістики, соціології, політології. З'ясуванню особливостей інформаційних обмінів у блогосфері присвячені праці як вітчизняних, так і зарубіжних дослідників [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7]. У їхніх працях, зокрема, було обґрунтовано природу блогу як періодично оновлюваної веб-сторінки з датованими записами й коментарями, розміщеними у зворотному хронологічному порядку, автор якої постійно самостійно публікує матеріали на актуальну для нього тематику; та блогосфери як сукупності усіх блогів у мережі Інтернет і зв'язків між ними, сформованої авторами й коментаторами, що функціонує як комунікативний простір. Поняття «блогосфера» можна трактувати і у значенні соціальної мережі, сформованої користувачами блогів, які читають, коментують опубліковане, створюють гіперактивні посилання один на одного; як тісної пов'язаності між собою блогерів, що приводить до створення нової субкультури [6, 7].

Очевидно, що всупереч назві аналізованого явища, що прямо визначає блог як інтернет-щоденник, особисті інтернет-сторінки лише частково співвідносяться з мемуарною інформацією. Блог в індивідуально-авторському аспекті періодично переймає від щоденника афористичність, непослідовність, надмірну абстрагованість думок (коли фактографічну дійсність складно відокремити від ліричного осмислення), переважання побутових деталей, документальну та публіцистичну відкритість. Водночас принципова відмінність блогів від мемуаристики полягає в тому, що перші в більшості своїй розраховані на масового читача та зовнішнє коментування [3, с. 98]. З. Папачаріссі (Z. Papacharissi) у праці *Audiences as Media Producers: Content Analysis of 260 Blogs* (2004) доходить висновку, що блоги є новою, персоніфікованою формою використання Інтернету; своєрідним компромісом між індивідуальною та публічною сферою роботи з інформацією [8]. Тому сучасні

блоги можна розглядати як систему комунікацій виробника інформації та її реципієнтів в інтернет-просторі.

Процеси медіа-конвергенції, що відображають стирання меж між професійними журналістами та непрофесійними учасниками блогосфери, які можуть активно залучатися до створення новинного чи публіцистичного контенту, дають можливість, з одного боку, робити висновки про інформаційну експансію блогів і витіснення ними інших жанрів, а з іншого – активізує наукові та професійні дискусії щодо місця та специфіки блогів у масових комунікаціях.

Відтак, метою дослідження є узагальнення особливостей блогосфери як системи комунікацій в інтернет-просторі та нового етапу функціонування медіа комунікацій, зумовленого технологічними та соціальними змінами, з наступним з'ясуванням специфіки розвитку її українського сегменту. Досягнення поставленої мети вимагало застосування різноманітних дослідницьких методів: спостереження, опису, порівняння, аналізу, синтезу. Джерельною базою дослідження стали блог-проекти українського сегменту блогосфери, блогіві платформи та новинні сайти.

Виявлені та узагальнені функціональні характеристики блогосфери включають гіпертекстуальність, що як медійний параметр будь-якого інтернет-жанру описує систему функціонування гіпертексту блогу як складного поля, створеного його елементами, можливостями пошуку в розміщених записках, пов'язаних гіперпосиланнями як усередині самого блогу, так і між окремими блогами. Інтерактивні можливості блогу визначаються його природою як публічно-особистого інтернет-щоденника, орієнтованого на відкритість для діалогу з іншими користувачами, що реалізується не тільки в розміщених текстах автора, а й у текстах інтернет-коментарів.

Блогосфера є простором, створеним в основному колективно, і частіше спирається на ресурси Web2.0, такі, наприклад, як YouTube чи Вікі-сторінки, ніж на більш традиційну організацію новин – політично орієнтовані блогери швидше, хоча і не виключно, воліють посилатися на широкий діапазон незалежних джерел новин та інформації. Загалом YouTube є найбільш часто цитованим сайтом для блогерів – такі дані аналізу американської, арабської та російської блогосфери [9, с. 41]. Таким чином проявляються мультимедійні параметри блогів – поєднання тексту та невербальних компонентів – фото, відео, анімаційних заставок.

Блогосфера, як частина комунікативного простору, характеризується низкою специфічних рис, таких, як глобальність і демократизм: розмиті межі форм спілкування (відсутність чітких політичних, державних, економічних, соціальних і вікових обмежень) створюють

можливості для включеності користувачів зі всього світу, міжкультурної, масової та міжособистісної комунікації. Визначена М. Кастельсом як простір для розгортання суспільних практик [10], блогосфера характеризується демократичністю, що проявляється у відкритій для всіх учасників спілкування можливості впливу на суспільну думку. Зростання залученості аудиторії до процесу виробництва та медіації контенту надає їй нових якостей, що дає змогу назвати сучасних користувачів просьюмерами (від producer – виробник і consumer – споживач) [11, с. 14–24].

З позиції ефективності блогу як складової масових комунікацій важливою є така характеристика, як оперативність – відомими є факти висвітлення блогерами подій швидше, ніж традиційними засобами масової інформації. З одного боку, у таких випадках ідеться, як правило, про поширення повідомлень очевидців, з іншого – блогери, не обмежені професійними вимогами, що висуваються до новин ЗМІ, можуть публікувати інформацію без обов'язкової для професійної журналістики перевірки та обробки. Таким чином, оперативність блогосфери може супроводжуватись зниженням якості інформування – мовної та стилістичної грамотності текстів, достовірності даних; блоги мають найнижчий рівень аналітичності і досить часто містять тільки суб'єктивну думку [12].

Суб'єктивність подачі матеріалів є загальною рисою для всіх сегментів блогосфери, як і персоналізація за рахунок формування в текстах особистісної позиції автора. Така риса як анонімність важлива не лише в контексті розвитку блогосфери в умовах недемократичних суспільств і політичних переслідувань, а і обумовлює психологічний комфорт комунікантів, створюючи, щоправда, ризик відчуття відсутності контролю та загострюючи питання довіри до невідомої особи.

Перевагами блогінгу є гіперлокальність: блогери інформують, як правило про те, на чому розуміються найкраще. Водночас непрофесійний характер масових комунікацій у блогосфері може призводити до профанації обговорюваних проблем, коли в центр уваги користувачів потрапляють предметні сфери, у яких вони не є компетентними, унаслідок чого уявлення блогерів про предмети обговорення є спрощеними чи навіть викривленими. Оскільки користувачі блогосфери беруть участь у формуванні громадської думки, наслідком профанації – як умисної, так і неумисної – є, зокрема, викривлення інформації та некоректне формування громадської думки.

Попри те, що блогосфера є глобальною мережею, особливості національних процесів інформатизації, а також специфіка політичного, економічного, культурного життя в різних країнах дає змогу говорити про формування національних сегментів інформаційного простору, у якому функціонують блоги з достатньо вираженими національними особливостями. З'ясування специфіки розвитку української блогосфери потребує чіткого окреслення предмета аналізу, і відповідно – визначення її меж. Одним із ключових показників національного простору в мережі Інтернет виступає мова. Серед окремих українських блогерів і дослідників побутує думка, що український сегмент блогосфери та Інтернету загалом має визначатися за мовною ознакою. За цією ж логікою російські дослідники представ-

ляють українську блогосферу частиною загальноросійської, з огляду на домінуючу в ній російську мову.

Утім, для досліджень специфіки українських масових комунікацій виокремлення національного інформаційного простору за мовною ознакою не може вважатися репрезентативним, оскільки в умовах білінгвізму в Україні продукується як російськомовний, так і україномовний контент, паралельно з публікаціями іншими мовами. Якщо, наприклад, брати до уваги лише мовний показник, то доведеться виходити із даних, за якими на одному з найпопулярніших блогівих майданчиків – «Живому Журналі» налічується всього 49 україномовних блогерів, які мають понад 1000 читачів, при цьому понад 60% україномовних блогів на ЖЖ не оновлювалися по декілька місяців (<http://jesfor.livejournal.com/1061443.html>), що абсолютно не відображає високу суспільно-політичну активність української блогосфери, підтверджену, зокрема, і фактом впливовості блогерів-громадських активістів чи навіть приходу їх у органи влади.

Отже, мовний, як і географічний (розташування хостингу) підхід до визначення національних сегментів блогосфери в українських реаліях не може вважатися ефективним. Найбільш показовим критерієм для визначення української блогосфери видається контекстний підхід, який ілюструє, хоч і всупереч обраному авторами мовному критерію, дослідження російськомовної блогосфери Центром Беркмана при Гарвардському університеті 2010 р. Його результати фіксують, що аналізовані «регіональні блогери з України», які розглядаються як учасники російської блогосфери, пишуть в абсолютній більшості (84%) в Україні, використовуючи переважно українські зовнішні посилання [9, с. 23, 55]. Таким чином, українською пропонується розглядати частину блогосфери, що об'єднує блогіву україніку – публікації, цитати, мультимедійний контент, пов'язані гіперпосиланнями та коментарі вебсторінок (блогів), створені українськими користувачами, з українським хостингом, що стосуються українських реалій; при цьому жоден із критеріїв не може вважатися абсолютним.

За авторством і цілепокладанням українського блогінгу можна виокремити особисті щоденники, що зберігають первісну ідею блогу як особисто-публічного простору; народну/громадянську журналістику як непрофесійну діяльність – складову інтернет-активізму; журналістські блоги на відомих сайтах (розглядається як незалежний та альтернативний інформаційний майданчик, де можуть бути оприлюднені матеріали, що з різних причин – обмеження площі, жанру, особливості редакційної політики – не потрапили у формат ЗМІ). Можливе набуття окремими блогами рис ЗМІ. Зокрема, два найвідоміші ресурси, присвячені інтернет-комунікаціям – Watcher і AIN, будучи блогівими за своєю структурою та походженням, працюють як традиційні онлайн-ЗМІ.

Дедалі більш популярними стають блоги на власних сайтах, або автономні, що характеризуються, до речі, найвищим рівнем активних – до 40 %. Достатньо активно розвиваються блоги, що є частиною відомих українських інтернет-видань – блогіві майданчики включені в структуру сайтів «Українська правда», «Кореспондент», «Ліга», «День», «Главком», «Радіо Свобода» та

ін. Активізація використання цих блог-платформ є помітною тенденцією – зазвичай вони мають ширшу аудиторію, ніж блоги на звичайних платформах, їхня тематика стосується не вузьких приватних тем, а важливих соціальних, культурних і політичних питань. Саме тому особи, що їх пишуть, мають більше потенційних можливостей стати «лідерами думок» та активно залучатися до формування громадянського суспільства в Україні.

Водночас українська блогосфера за останні кілька років змінила напрям свого розвитку від створення, просування та розвитку власних блогів до масового переходу до сервісів мікроблогінгу та соціальних мереж, таких як Twitter і Facebook. Умонтовування українських блогів у соціальні мережі значно спростило розвиток автономних блогів, які були й залишаються потужним інструментом особистого просування. Це значним чином розширило коло блогерів, адже просувати, рекламувати свою сторінку за допомогою таких сервісів значно простіше. Показово, що всеукраїнський рейтинг топ-блогерів сайту UAINFO, агрегатора українських топ-блогів Internet Freedom Organisation (див. <http://uainfo.org/rating>), включає в систему оцінювання показники найбільшої соціальної мережі – Facebook, найбільшої мікроблог-платформи – Twitter, а також блог-платформу Livejournal.com. і пропонує загальний рейтинг за сумою показників – у загальній вибірці рейтингу підсумовуються всі твіти, фоловери, читачі, лайки, друзі з усіх трьох соцмереж і блог-платформ учасників рейтингу.

Політичні події в Україні осені 2013 – літа 2014 р. кардинально змінили взаємодію людей з новинарною інформацією в Інтернеті: по-перше, різко зріс інтерес до новин суспільно-політичної тематики. За результатами експертного опитування, яке було проведене в січні 2014 р. Академією української преси, інтернет-ЗМІ, соціальні мережі та блогосфера стали джерелом найбільш об'єктивної та повної інформації, а отже, повноцінною альтернативою пресі, телебаченню та радіо. По-друге, важливу роль у такому різкому зростанні трафіку відіграли соціальні медіа, посиляючись на сайти українських ЗМІ. Якщо в жовтні 2013 р., згідно з даними Liveinternet, денний трафік із соцмереж становив 180–200 тис. переходів, то в лютому – березні 2014 р. – ця цифра зросла до 2–2,5 млн переходів щодоби. Ці дані підтверджують описану тенденцію – «вростання» блогів у соціальні мережі, що підвищує їх інтерактивність – коментування, дискусії навколо викладеного матеріалу.

Загалом, як показує практика, для української блогосфери характерні високі показники відвідування для сторінок, на яких відбувається обговорення гострих суспільних і суспільно-політичних питань (на відміну від західної, де переважають розважально-інформаційні блоги). Так, рейтинг блогерів від UAINFO виділяє категорії за родом зайнятості та сферою активності блогерів: рейтинг журналістів-блогерів, рейтинг політиків-блогерів, рейтинг публічних людей та знаменитостей, а також рейтинг експертів з різних сфер діяльності. Перші 20 позицій загального списку найпопулярніших блогерів (у цьому випадку йдеться, швидше,

про соціальні медіа в широкому розумінні, а не власне блоги) від сайту UAINFO дозволяють говорити про лідерство публічних осіб – письменників, музикантів; наступні – політики, журналісти, громадські діячі. Профілі власне блогерів, не пов'язаних із мас-медіа за професійною ознакою за сумарним рейтингом читачів/друзів/уподобань присутні, починаючи з третього десятка.

Водночас цілком логічним є розвиток блогів, що висвітлюють місцеву специфіку – від актуальних, головним чином, для земляків, до авторитетних майданчиків, що висвітлюють регіональні події з точки зору знання ситуації на макрорівні, маючи власні джерела інформування. Саме авторитетні регіональні блогери стають агрегаторами громадянської активності та джерелом інформації про життя земляків, у тому числі для ЗМІ.

Політизованість і високий рівень професійності призводить до недорозвинутості тематичних блогів – спортивних, кулінарних, туристичних, модних тощо. Вузькоспеціалізованим блогам легше існувати в інтернаціональній блогосфері, оскільки їм важлива лояльність якомога більшої кількості читачів, незалежно від національності. Тут слід також враховувати, що ці сегменти вітчизняної блогосфери не просто перетинаються з російською – універсальність тем, відсутність мовних і ментальних бар'єрів, а також істотно більша аудиторія читачів фактично інкорпорує їх у російську блогосферу.

Водночас у тих галузях, де тематика блогів потребує висвітлення національної специфіки, формується українська тематична та професійна блогосфера. Так, в Україні досить активно розвиваються юридичні блоги, медичні, педагогічні, бібліотечні тощо – загалом, блоги, що ведуться для професійного спілкування є достатньо перспективними – їх відносна кількість у глобальних масштабах продовжує зростати, вони частіше залишаються активними. Автори професійних блогів працюють над створенням власної спільноти, вибудовують експертну систему, професійні блоги складно замінити інструментами, у яких контент відходить на друге місце (Facebook) або обмежується (Twitter).

Підсумовуючи, зазначимо, що популярність блогу в українському інформаційному просторі пов'язана як з доступністю цього комунікативного сервісу – необхідного для його створення та функціонування програмного забезпечення й простоти роботи з ним, так і різновекторною соціальною роллю блогу в різних комунікативних практиках. Особливостями розвитку української блогосфери можна назвати зближення блогів із ЗМІ – формування групи «блогерів-колумністів», високий відсоток серед блогерів професійних журналістів, набуття окремими блогами рис ЗМІ. Для української блогосфери характерні високий рівень політизованості та набуття рис громадської журналістики. Водночас зростає інформаційна роль блогів як своєрідної альтернативи офіційним ЗМІ. Можна сказати, що своєю масовою присутністю на інформаційному полі українські блогери змінюють не лише його структуру, але й саму журналістику, змушуючи медійників працювати оперативніше.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Артамонова І.М. Блог-записи як жанр інтернет-комунікації / І.М. Артамонова, К.О. Пилипенко // Світ соціальних комунікацій. – 2011. – Т. 1. – С. 16–18.
2. Горошко Е.И. Политический блоггинг в глобальной и локальной перспективах / Е.И. Горошко // Вісн. Одеського національного університету. Сер. «Соціологія і політичні науки». – Одеса, 2009. – Т. 14. – Вип. 13. – С. 335–345.
3. Плещенко К. Низова блогосфера як засіб індивідуального самовираження / К. Плещенко // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. – 2013. – № 2 (14). – С. 97–101.
4. Herring S.C. A Faceted Classification Scheme for Computer-Mediated Discourse / S.C. Herring. – 2007 а. – URL: <http://www.languageatinternet.org/articles/2007/761>
5. Language networks on LiveJournal / S.C. Herring; J.C. Paolillo; I. Vielba Ramos [et al.] // Proceedings of the Fortieth Hawaii International Conference on System Sciences. Los Alamitos, CA: IEEE Press, 2007. – URL: <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/hicss07.pdf>
6. Lord K.M. The Perils and Promise of Global Transparency: Why the Information Revolution May Not Lead to Security, Democracy, or Peace (Albany: SUNY Press, 2006) / Kristin M. Lord. – URL: <http://cryptome.org/2013/01/aaron-swartz/Global-Transparency-Perils-Promise.pdf>
8. Nardi Bonnie A. Blogging as Social Activity, or, Would You Let 900 Million People Read Your Diary? / D.J. Schiano, M. Gumbrecht, B.A. Nardi // Proceedings of the 2004 ACM conference on Computer supported cooperative work, Vol. 6, Is. 3. – 2004. – P. 222–231.
9. Reynolds P. Blogs: To Trust or not to Trust? / P. Reynolds // BBC NEWS. – 3 May 2006. – URL: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/4965500.stm>
10. Этлинг Б. Публичный дискурс в российской блогосфере / Б. Этлинг, К. Алексанян, Д. Келли [и др.] // The Berkman Center for Internet & Society at Harvard University. – 2010. – 60 p.
11. Castells M. The New Public Sphere: Global Civil Society, Communication Networks, and Global Governance / M. Castells // The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science, 2008, Vol. 616, No. 1, P. 78–93.
12. Алексеева А. Интернет-СМИ: Теория и практики / А. Алексеева, Е. Вартанова, Л. Круглова; под ред. М.М. Лукиной. – М. : Аспект Пресс, 2010. – 348 с.
13. Досенко А.К. Блог як інструмент впливу на соціум / А.К. Досенко // Світ соціальних комунікацій. – 2011. – Т. 2. – С. 83–85.

#### REFERENCES (TRANSLATED AND TRANSLITERATED)

1. Artamonov I.M. Blog-genre records as Internet communications / I.M. Artamonov, K.O. Pylypenko // The world of social communications. - 2011. - T. 1. - P. 16-18.
2. Horoshko E.I. The political blohhynh in hlobalnoy lokalnoy prospects and / E.I. Horoshko // Visn peas. Odessa Nazi-tional University. Avg. "Sociology and Political Science." - Odessa, 2009. - Vol 14 - Vol. 13. - P. 335-345.
3. Pleschenko K. grassroots blogosphere as a means of personal expression / K. Pleschenko countries and regions. Series: Social Communications. - 2013. - № 2 (14). - P. 97-101.
10. B. Etling, K. Alexanyan, J. Kelly, R. Faris, J.G. Palfrey, U. Gasser. Public Discourse in the Russian blogosphere // The Berkman Center for Internet & Society at Harvard University. – 2010. – 60 p.
12. Alekseeva A. Internet media: Theory and Practice / A. Alekseev, E. Vartanova, L. Kruglov; Ed. M.M. Lukina. - Moscow: Aspect Press, 2010. - 348 p.
13. Dosenko A.K. Blog as a tool to influence the society / A.K. Dosenko // World Social Communications. - 2011. - Vol 2. - P. 83-85.

#### Polovynchak Y. Features of functioning of Ukrainian blogosphere

**Abstract.** The features of the blogosphere as a system of communication in the Internet and its functional characteristics were summarized in the article. A contextual approach was suggested as a key to determine the national blogosphere. The specific features of Ukrainian blogosphere were analyzed and summarized.

**Keywords:** social media, management, feedback, online projects, public

#### Половинчак Ю.М. Особенности функционирования украинской блогосферы

**Аннотация.** В статье обобщены особенности блогосферы как системы коммуникаций в интернет-пространстве и ее функциональные характеристики. Предложено контекстный подход как ключевой для определения границ национальной блогосферы. Проанализированы и обобщены специфические черты развития украинской блогосферы.

**Ключевые слова:** социальные медиа, блоги, медиа-конвергенция, украинская блогосфера, региональный блоггинг