

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2022: 51; 89–95 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2022.51.11398>

УДК [070:006.011]:004.774.6Блог

ЖУРНАЛІСТСЬКІ СТАНДАРТИ І БЛОГЕРСТВО: ПРОФЕСІЙНІ ЗАСАДИ РОБОТИ З ІНФОРМАЦІЄЮ У БЛОГОСФЕРІ

Мирослава Рудик

Львівський національний університет імені Івана Франка

вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна

e-mail: Rudyk_miroslava@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0003-3612-100X>

Стаття присвячена дослідженню дотримання журналістських стандартів у блогосфері. Популярність блогосфери охопила не тільки журналістів, а й впливових осіб, а також блогерів-аматорів, які створили свої майданчики задля поширення корисного або розважального контенту. Однак, не всі блогери працюють на професійних засадах, що створює безліч можливостей для поширення дезінформації та маніпулювання свідомістю.

Ключові слова: блогерство, журналістські стандарти, інформація, контент.

Постановка проблеми

Сучасна людина безперервний доступ до потрібної інформації вже вважає своїми базовими потребами. Саме тому й відчуває страх перед недоінформуванням. А це великою мірою впливає на світ інформації, де спостерігаємо створення контенту на будь-який смак. Важливу роль у цих процесах відіграє блогосфера як сукупність різноманітних сервісів, платформ, інструментів для поширення інформації. Це змінює підхід до споживання інформації і до її створення чи відображення. Змінюються й комунікативні навички, зростає оперативність подачі інформації, з'являються нові професії у сфері медіа. Журналісти, як професійні комунікатори, мають з особливою відповідальністю оцінювати той факт, що динаміка сучасного світу, де домінують інформаційні технології, потребує фахівців, які відповідають вимогам часу і запитам масово-комунікаційної галузі. Адже важливо зважати на професійні стандарти журналістики, щоб фахово інформувати свою аудиторію. Власне з цим пов'язана й актуальність теми дослідження, бо чимало блогерів ігнорують журналістські стандарти.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Історіографія дослідження охоплює праці українських та зарубіжних вчених. Серед них: Л. Городенко, Л. Лазарева, Б. Потятиник, М. Чабаненко, Л. Ярошенко та О. Чекмишев, Р. Крейг, Д. Рашкофф.

На думку дослідниці Л. Городенко: «Блог – один із засобів, з допомогою якого користувач може виявити всі свої літературні навички, не побоюючись різкої крити-

ки редакторів чи видавців. Опуси про своє життя чи плани на майбутнє, філософські роздуми про природу сірникової коробки чи теорію кінця світу – це все залишається у межах авторської кореляції. Відсутність структури, сюжету, ознак певного жанру в текстах електронного щоденника не є порушенням норм і правил»¹.

Один із найбільш визнаних американських дослідників нових медіа і блогосфери Д. Рашкофф у своїх роздумах щодо суті трансформацій, спричинених інформаційними технологіями висловлює цікаву думку, що ми сьогодні спостерігаємо перехід до «суспільства авторів»². Журналістика, як і суспільство загалом, є заручницею новітніх технологій, які з'являються настільки швидко, що ми навіть не усвідомлюємо, що з ними робити і як їх інтегрувати у виробничий процес. Віртуальні автори, якими нині, за різними статистичними даними, є чверть світового населення, формують нову свідомість і нові інформаційні пріоритети через продукування й обмін інформаційними потоками. Вони разом описують людську цивілізацію в реальному часі, а бачення кожного з них є вагомою часткою історії. І це, на думку, Д. Рашкоффа, є визначальною ознакою «суспільства авторів»³ і нових медіа.

«Сьогодні блогосфера набирає ваги як середовище активної соціальної дії. З'являються блогери – справжні лідери думок. Їхні блоги не просто читають, їм довіряють. Іноді більше, ніж стандартним ЗМІ. Усе це призводить до того, що на блогерський текст з грамотною інформаційною компонентою накладаються вимоги журналістської якості, які наближають блоги до професійних журналістських стандартів. Стандарти необхідно сприймати не тільки як певні обмежувальні рамки, а як етичні кордони для будь-якої відповідальної інформаційної діяльності, які оберігають таку тендітну й водночас потужну матерію, як довіра і повага читача»⁴.

Професор Б. Потятиник слушно зауважує, що блогери з великою аудиторією прирівнюються до ЗМІ, їхнє слово і думка мають вагу, бренди залучають їх до співпраці для розробки нових продуктів. Блог тепер – це не просто онлайн-щоденник, велика кількість платформ і видів блогінгу дає змогу створювати різноманітний контент»⁵.

Методологічна основа дослідження представлена як загальнонауковими методами (аналіз, синтез, зіставлення і протиставлення, порівняння, метод індукції та дедукції, метод моніторингу, метод типології і класифікації), так і спеціальними методами дослідження: історичного, дискурсивного, нарративного. Загалом дослідження побудоване на принципах об'єктивності, всебічності, академічної доброчесності.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Стандартні підходи до роботи з інформацією, які в журналістиці виробились історично, допомагають уникнути помилок, створюють професійні засади, що зрештою і відрізняє журналістику від аматорської медіадіяльності. Загалом дослідники виділяють 6 стандартів журналістики: точність, оперативність, достовірність, пов-

¹ Городенко, Л. (2014), Концепція блогу як технології нових медіа. [Current issues of mass communication](http://nbuv.gov.ua/UJRN/apmk_2014_15_6). Issue 15, с. 50-61. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apmk_2014_15_6

² Rushkoff, D. (2005), *Get Back in the Box: Innovation from the Inside Out*, Harper Business., 336 p.

³ Там само.

⁴ МедіаДрайвер. Твій навігатор у світі медіа / Мультимедійний онлайн-посібник. URL: <http://mediadrivervonline/>

⁵ Потятиник, Б. (2010), *Інтернет-журналістика : навч. посіб. ПАІС, Львів, 2010, 246 с.*

нота інформації, баланс думок, відокремлення фактів від коментарів. Вони також прописані в етичному кодексі журналіста⁶.

Тож простежимо, як ці журналістські стандарти працюють у блогосфері, адже саме через непрофесійний підхід до висвітлення інформації, нехтування усталеними правилами або банальне незнання журналістських стандартів блогерами-аматорами упродовж тривалого часу блогерство не мало визнання у світі медіа, блогери вважалися неконкурентними для типових ЗМІ.

На переконання дослідниці Л. Городенко: «журналістика – це професія з власними правилами, а белетристика в блогах – це реалізація психологічних потреб особистості у творенні і самоствердженні. Однозначність позицій, авторитарність власника блогу не завжди гарантують дотримання таких журналістських постулатів, як достовірність фактів, висвітлення всіх точок зору та ін»⁷.

Звісно, у цьому є своя рація, бо масовий прихід у блогосферу людей різних професій змінив ставлення до блогінгу. Спершу блогерство вважали альтернативою класичним медіаресурсам, деякі дослідники нарекли блоги невідворотнім революційним розвитком ЗМІ, згодом до блогерства ставилися як до вияву громадянської журналістики, можливості розширення горизонтів для журналістської діяльності, допоміжної сили для оперативного поширення інформації, пошуку інформаційних приводів тощо. Так чи інакше діяльність блогера – це робота з інформацією. Чи це поширення інформації про подію, чи обговорення актуальної новини – все це вимагає певних алгоритмів, згідно з якими відбувається масова комунікація. Поряд з прописаними в журналістських кодексах правила блогосфера має й свої особливості.

Коли йдеться про стандарти роботи у блогосфері, то насамперед – це актуальність та оперативність подачі інформації. Сьогодні аудиторія схильна отримувати інформацію з інтернет-ресурсів, з мобільних додатків, тому новинні сервіси і мікроблоги мають більшу популярність, ніж випуски новин. Актуальну інформацію можна прочитати будь-де: дорогою на роботу, в черзі до каси в супермаркеті, у кав'ярні, під час наради та ін. Швидкий доступ і зручність застосунку тільки збільшує популярність таких медіаресурсів. Звісно, йдеться про більш загальну, новинну, інформацію. Коли розглядати нішеві медіа або спеціальний контент, то не варто нехтувати правилом наближення інтересів, щоб точно потрапити в свою цільову аудиторію, а для цього треба знати її потреби.

Оперативність – це швидкість подачі інформації. Завдяки інтернету та спрощеній схемі потрапляння інформації до споживача, оминаючи редактора, коректора, певні цензурні вказівки, що суперечать політиці того чи іншого видання, оперативність значно виграє. Однак, вона поступається іншим стандартам – точності та повноті інформації. Часом у поспіху автор легко припускається помилок, може неправильно щось зрозуміти, ненавмисне перекрутити факти, не вловити причинно-наслідкових зв'язків тощо. Так само і для розкриття повноти інформації потрібно більше часу та зусиль, свідки, коментарі експертів та ін. «Безпосередня реакція на подію означає, що журналіст бачив подію на власні очі. Отже, основну частину фактів блогер подає як очевидець події. Хоча це не означає, що всі факти можуть оприлюднюватися без перевірки чи уточнень. Тому що, по-перше, можна «бачити і не

⁶ Етичний кодекс українського журналіста. URL: http://old.nsju.org/tabmenu/kodeks_etiki

⁷ Городенко, Л. (2014), Новітні медіа: конспект лекцій. Київ, с. 230-231.

розуміти», – тоді блогер повинен звертатися до учасників події. А по-друге, можна «бачити і не побачити». Усе це знов-таки можна уточнити в учасників події тут же, на місці. Часто блогери у схожій ситуації не перевіряють факт в жодному джерелі, а віддають перевагу власним домислам»⁸. На жаль, таке негативне явище є доволі поширеним в інформаційному просторі. Також неточністю варто вважати примарність джерела інформації, яку отримано буцімто від рідних осіб або зі сторінок соцмереж, але все це не підтверджено офіційно, тому й не знімає відповідальності з блогера за поширення неправдивих даних. А ще для оцінки інформації зі специфічних сфер необхідні галузеві експерти⁹.

На догоду оперативності також страждає мовна вправність блогерів та їхня ілюстративна частина, яка часто може містити неякісні зображення або яку, що гірше – використано без дотримання етичних та юридичних норм.

Будь-яка неточна інформація – це вже дезінформація, навіть якщо спотворення фактів відбулося ненавмисне. У такому випадку блогерів варто спростувати неправдиву інформацію, визнати свою помилку, щоб не втратити довіри аудиторії. Хоча тенденція до фейкотворення теж присутня в медіа. Часто фейки можуть створювати навмисне з метою маніпуляції, впливу на громадську думку. Саме тому точність і повнота інформації є такими важливими, бо це передумова правдивого інформування, свідчення професіоналізму працівника медіасфери, який через систему фактів, деталей і подробиць відображає повну і правдиву картину дійсності. З цим пов'язаний стандарт достовірності і повноти інформації. Адже неповну інформацію теж можна вважати напівправдою. Власне, подання неповної інформації може мати маніпулятивний характер, коли навмисне деякі факти або деталі приховують. Повноту інформації можна перевірити згідно з правилом 6 запитань: «Незалежно від формату будь-яка інформація про подію має давати вичерпну відповідь на кілька основних запитань: Що сталося? Хто зробив/сказав? Де це сталося? Коли це сталося? Як це сталося? Чому це сталося? Які наслідки того, що сталося? Якщо відповідей на ці «класичні» і доволі прості запитання немає, блогер подав неповну інформацію»¹⁰.

У блогеровому записі важливим є контекст поданої інформації, передісторія, яка вводить читача/глядача/слухача у курс справи. Як кажуть, диявол криється в деталях (the devil is in the details). Саме це висловлювання є доречним до медіаповідомлень, бо найлегше маніпулювати свідомістю людей за допомогою правдивих фактів, оминаючи важливі деталі. Така маніпулятивна техніка дає змогу приспати пильність та увагу аудиторії. Саме тому критичне сприйняття інформації допомагає бути медіаграмотним.

Блогери мають дотримуватися балансу думок і представляти в матеріалі думку всіх сторін конфлікту та забезпечувати всебічність і безсторонність висвітлення новин, інакше інформація буде односторонньою, навіть викривленою, і її легко можна буде використати з пропагандистською метою на чийсь користь.

«Інформація сьогодні передається настільки швидко, що дотримання стандарту балансу часто означає тільки озвучення позицій сторін конфлікту. На жаль, це не дає аудиторії глибшого розуміння того, що істинно, а що хибно. Саме тому важ-

⁸ Професійні основи блогера. URL: <http://uhrf.org/download/32.pdf>

⁹ Там само, с. 8.

¹⁰ Професійні основи блогера. URL: <http://uhrf.org/download/32.pdf>

ливо не просто шукати й подавати позиції, а також аналізувати та перевіряти їхню аргументацію, а якщо на це бракує часу, то подавати незалежну експертну оцінку. Завдання блогера – надати слово всім сторонам конфлікту»¹¹.

Звісно, баланс думок впливає на оперативність інформації, але витрачений час та об'єктивний підхід до справи забезпечують добрий результат. Так блогер надає широке тло для розуміння суті проблеми, залучаючи експертів. В іншому випадку відбувається пересмикування на користь тієї чи іншої сторони. Про баланс думок не йдеться, коли розглядають воєнні конфлікти, питання національних інтересів держави тощо. Бо дуже недоречно виглядало б представлення позицій ворога.

Моменти суб'єктивності виправдані тоді, коли блогер розповідає про свій пережитий досвід, ділиться історією з життя, яка не має конфлікту інтересів. Такий контент цікавий і має великий успіх в аудиторії. До прикладу, тревел-блоги, блоги для ремонту і будівництва, риболовлі, кулінарії тощо. Однак, такі риси контенту, як виражена симпатія чи антипатія, відсутність аргументаційної системи, абстрактність джерела інформації, нехтування етичними стандартами, неухважність до точності даних, вибірковість інформації на користь певної позиції розходяться з журналістськими стандартами. Чимало блогерів таки грішать тим, що застосовують вищенаведені ознаки для утвердження власної позиції. Часто інформація сенсаційного характеру без вказаного джерела, точних даних, з вирваною з контексту інформацією, з надмірним емоційним забарвленням має потужний вплив на аудиторію, але таке повідомлення блогера не можна вважати достовірним і вартим уваги, оскільки воно не відповідає професійним засадам роботи з інформацією. Однак, вибір інформації вже залежить від самої аудиторії. Блогерство забезпечує платформу для авторів, які можуть говорити безпосередньо зі своєю аудиторією на різні суспільно важливі чи просто надавати розважальні дискурси. Все-таки блогери формують думку аудиторії і впливають на суспільство.

Результати і перспективи подальших досліджень.

У сучасному світі помітно змінився підхід до окреслення поняття «медіа». Свого часу на цей статус могли претендувати лише професійні комунікатори, традиційні ЗМІ. Однак з розвитком демократичних процесів, плюралізму думок, масової інтернетизації, глобалізації та виходу інформації за кордони конкретної держави чи місцевості почали з'являтися альтернативні джерела інформації. Сприяли цьому і внутрішньодержавні процеси медіаприватизації, олігархізації, коли ЗМІ стали не лише ретрансляторами інформації, а складовою медіабізнесу і великої політики, таким чином втрачаючи довіру аудиторії. Саме тому зросла популярність блогерів, як незалежних комунікаторів, лідерів думок, фахівців різних галузей, які за допомогою популярних платформ блогінгу діляться власним досвідом, поширюють суспільно корисну інформацію, продукують розважальний контент.

Вважаємо, що перспективою подальших досліджень може бути вплив інформації, поданої з порушенням журналістських стандартів, на дії аудиторії. Це можуть бути медичні міфи, політична джінса тощо.

Висновки.

З розвитком інформаційних технологій, можливістю швидко передавати інформацію будь-якого змісту, а також через необов'язковість фахового вишколу у сфері

¹¹ Професійні основи блогера. URL: <http://uhrf.org/download/32.pdf>

медіа кількість блогів карколомно зростала. Популярність блогосфери зумовлена й тим, що блогер дістав змогу публічно комунікувати завдяки використанню раніше незнаних і недоступних інструментів. Сьогодні блогером вважається кожен: і малолітній школяр-тітокер, і бабуся, що ділиться унікальними кулінарними рецептами, і відомий письменник, і маловідомий автоінструктор, і вмілий риболов, і багатодітна мати... Одне слово, тільки лінивий або зовсім неохочий не спробував себе у ролі блогера. Стосовно ж професійних стандартів роботи з інформацією, то у блогерів найбільше страждає достовірність, баланс думок і суджень, відокремлення фактів від коментарів. А суб'єктивна авторська позиція стає перевагою, надаючи блогеру можливість індивідуального самовираження.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Городенко, Л. (2014), Концепція блогу як технології нових медіа // [Current issues of mass communication](http://nbuv.gov.ua/UJRN/apmk_2014_15_6). Issue 15, с. 50-61. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apmk_2014_15_6 (останній перегляд 21 жовтня 2021).
2. Городенко, Л. (2014) Новітні медіа: конспект лекцій. Київ, 242 с.
3. Етичний кодекс українського журналіста. URL: http://old.nsju.org/tabmenu/kodeks_etiki (останній перегляд 31 жовтня 2021).
4. МедіаДрайвер. Твій навігатор у світі медіа. *Мультимедійний онлайн-посібник*. URL : <http://mediadriver.online/> (останній перегляд 26 жовтня 2021).
5. Потятиник, Б. (2010), Інтернет-журналістика : навч. посіб. ПАІС, Львів, 2010, 246 с.
6. Професійні основи блогера. URL : <http://uhrf.org/download/32.pdf> (останній перегляд 31 жовтня 2021).
7. Rushkoff D. (2005), Get Back in the Box: Innovation from the Inside Out. HarperBusiness, 336 p.

REFERENCES

1. Horodenko, L. (2014), Konceptija blogu jak tehnologiji novuch media, [Current issues of mass communication](http://nbuv.gov.ua/UJRN/apmk_2014_15_6). Issue 15, с. 50-61. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apmk_2014_15_6 (ostannij peregljad 21 jovtnja 2021).
2. Horodenko, L. (2014), Novitni media: konspekt lekcij. Київ, 242 s.
3. Etychnyj kodeks ukrainskogo jurnalista. URL: http://old.nsju.org/tabmenu/kodeks_etiki (ostannij peregljad 31 jovtnja 2021).
4. Mediadrajver. Tvij navigator u sviti media. *Multymedijnyj onlajn-posibnyk*. URL : <http://mediadriver.online/> (ostannij peregljad 15 jovtnja 2021).
5. Potiatynyk, B. (2010), Internet-jurnalistyka : navch. posib. PAIS, L'viv, 246 s.
6. Profesijni osnovy blogera. URL : <http://uhrf.org/download/32.pdf> (ostannij peregljad 31 jovtnja 2021)
7. Rushkoff D. (2005), Get Back in the Box: Innovation from the Inside Out. HarperBusiness, 336 p.

JOURNALISM STANDARDS AND BLOGGING: PROFESSIONAL PRINCIPLES OF WORKING WITH INFORMATION IN THE BLOGOSPHERE

Myroslava Rudyk

*Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky Str. 49, 79044, Lviv, Ukraine*

e-mail: Rudyk_miroslava@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0003-3612-100X>

The article is devoted to the study of journalistic standards in the blogosphere, i.e. the extent to which bloggers adhere to professional principles in their work with information. The popularity of the blogosphere has spread not only to journalists but also to influential people, as well as amateur bloggers, who have created their own platforms to distribute useful or entertaining content. However, not all bloggers work on a professional basis, which creates many opportunities to spread misinformation and manipulate consciousness.

Standard approaches to working with information, which have historically been developed in journalism, help to avoid hassles, create professional principles, which ultimately distinguishes journalism from amateur media. In total, researchers distinguish 6 standards of journalism: accuracy, promptness, reliability, completeness of information, the balance of opinions, separation of facts from comments.

In the modern world, the approach to defining the concept of “media” has changed significantly. At one time, only professional communicators and traditional media could apply for this status. However, with the development of democratic processes, pluralism of opinion, mass internetization, globalization, and the spread of information beyond the borders of a particular country or locality, alternative sources of information began to appear. Domestic processes of media privatization and oligarchization also contributed to this, when the media became not only repeaters of information, but also a component of the media business and big politics, thus losing the trust of the audience. That is why the popularity of bloggers as independent communicators, opinion leaders, experts in various fields has grown. This was facilitated by the rapid development of information technology, the ability to quickly transmit information of any content, as well as no need for professional training in the field of media. The popularity of the blogosphere is due to the fact that with the new role of a blogger, everyone is given the opportunity to communicate publicly through the use of previously unknown and inaccessible tools. As for professional standards of working with information, bloggers mostly lack the reliability of the information, the balance of opinions and judgments, the separation of facts from comments. And the subjective author’s position is an advantage, giving the blogger an individual way of self-expression.

Keywords: blogging, journalistic standards, information, content.