

**Битюк І. В.**

Університет сучасних знань

## ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ ДО ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ: ЖУРНАЛІСТИКА УЧАСТІ ЯК НОВА ФОРМА СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

*У статті розглянуто поняття журналістики участі як нової форми соціальної комунікації в умовах євроінтеграції. Виокремлено основні моделі та форми журналістики участі. Євроінтеграційні процеси в Україні породжують появу нового сучасного інституту, спрямованого на забезпечення реалізації права на інформацію. Зокрема, наявні обмеження у свободі діяльності традиційних засобів масової інформації зумовили формування незалежного інституту масових комунікацій – журналістики участі. Дослідження показує, що журналістика участі потребує зовсім іншого алгоритму контентовиробництва. Будучи новою формою соціальної комунікації, вона стирає кордони між тими, хто робить новини, і тими, хто їх споживає. Водночас вона передбачає навички верифікації інформації, взаємодії з дописувачами-аматорами та можновладцями, які долучаються до розв'язання проблем різного масштабу та спрямування, спілкування з активною аудиторією, що зумовлюється посиленням чинника зворотного зв'язку в комунікації. За результатами дослідження автор доходить висновку про те, що формується значний сегмент аматорського журналістського контенту, який утворює дискурс, альтернативний професійному. Для нього характерним є порушення стандартів достовірності, збалансованості інформації, відокремлення фактів від коментарів, уникнення мови ворожнечі.*

*Водночас запит на контент журналістики участі з боку традиційних медіа буде зростати, адже навіть найбільший штат журналістів провідних медіа вже не може конкурувати з мільйонною армією потенційних журналістів-аматорів, озброєних мобільними телефонами з камерами та швидким доступом до мережі. В умовах інтеграції України до Європейського Союзу журналістика участі, як нова форма соціальної комунікації, сприяє розвитку громадянського суспільства, демократичних процесів, зокрема змінює акценти в теорії інформаційного «порядку денного», а відтак – починає переосмислюватися і змінюватися редакційна політика та стратегія традиційних ЗМІ. Оскільки з появою журналістики участі професійні журналісти втратили монополію на авторство текстів, адресованих масової аудиторії, прагнення українського суспільства до справедливості та правди змусило поставити новий вид журналістської діяльності на службу загальнолюдському добробуту.*

**Ключові слова:** журналістика участі, контент, блог, новини, соціальні комунікації, євроінтеграція, громадянське суспільство, засоби масової інформації, медіа.

**Постановка проблеми.** Вивчення євроінтеграційних процесів є надзвичайно перспективним напрямом розвитку наукової дискусії, оскільки інтеграція України до Європейського Союзу є основним інструментом реалізації національних інтересів та розбудови демократичної держави зі свободою слова, зміцнення наявних та запровадження нових форм функціонування громадянського суспільства в Україні відповідно до європейського зразка. Одним із таких механізмів є феномен «журналістика участі» як нова форма соціальної комунікації.

Активні темпи розвитку соціальних технологій у Європейському Союзі загалом та Україні зокрема стали причиною змін у системі масових

комунікацій. Маса, які до цього були лише пасивними споживачами інформації, стають професійними постачальниками новин. Зміна медіамоделі споживання, особливо збільшення використання інтерактивних медіа серед молоді, підживлювали оптимістичні думки щодо участі та активної громадянської позиції у створенні контенту. Таким чином, виникає окрема практика журналістики – журналістика участі. Ця нова форма соціальної комунікації функціонує у країнах ЄС, але є не досить дослідженою в Україні, як і її моделі, теорії, концепції та форми.

Культура участі, що формується в медіапросторі, змушує не лише переглядати організаційні засади роботи нових медіа, а й визнавати причет-

ність аудиторії до цього процесу. Персоналізація комунікативних стратегій дає змогу генерувати контент, виходячи зі взаємних інтересів суб'єктів комунікації. Аудиторія реалізує власні творчі та комунікативні потреби, а журналістика через персоналізований контент глибоко інтегрується в комунікаційний процес. Залучення аудиторії до процесу медіавиробництва піднімає цілий шар проблем: від верифікації інформації, отриманої від користувачів, до конкуренції професійних та аматорських практик. Явище участі досліджують у юридичних науках, проте в соціальній журналістиці українські та закордонні науковці не приділяли цьому феномену належної уваги та розглядали його дуже вузько.

**Мета статті** – визначити концепт журналістики участі, виокремити її моделі та форми вияву як запоруки розбудови громадянського суспільства в умовах членства України в Європейському Союзі.

Для досягнення мети поставлено такі **завдання**:

- проаналізувати теоретичні та практичні дослідження феномену журналістики участі;
- охарактеризувати поняття «журналістики участі» в контексті соціальної журналістики;
- виокремити моделі й теорії журналістики участі, ґрунтуючись на методологічній базі дослідження;
- сформулювати висновки щодо проведеного теоретичного дослідження.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Для проведення дослідження ми звернулися до загальних та загальнонаукових методів. Серед загальних методів ми віддали перевагу діалектичному. Також використовували метод аналізу бази літературних джерел зі вказаної тематики, що дозволило нам визначити поняття журналістики участі.

Відродження інтересу до журналістики участі пов'язане із суперечками всередині професії про ставлення журналістів до аудиторії. В історії журналістики сформувалися різні погляди і концепції того, що таке журналістика та якою вона має бути. **Методологічною базою дослідження** питання участі в журналістиці стали праці Генрі Дженкінса, Дена Гілмора та інших.

Унесок споживачів в аспекті спільної роботи намагалися визначити Д. Гілмор в окресленій концепції «народної журналістики»; Й. Бенклер, який наголошував на соціальному характері медіавиробництва; А. Брунс, котрий висуває теорію користувача-виробника (producer); М. Девзе, який бачить природу явища в концепції відкри-

того вихідного коду; Г. Дженкінс, що пропонує розглядати співробітництво з аудиторією в ключі конвергенції культури [7]. Д. Гілмор називає модель журналістики участі логічним продовженням можливостей інтернету [3]. Інші дослідники бачать у ній «нову парадигму створення контенту та його поширення» [6].

Етапи руху України до європейської спільноти та інформаційно-світоглядний вплив на українське суспільство у зв'язку зі вступом України до ЄС досліджують чимало вчених-науковців. Зазначену проблематику розглянуто в працях К. Звольського, В. Здоровеги, О. Юніна, В. Севрука та С. Павленка, Й. Батора та П. Рікера, А. Костенко, Н. Чабан, О. Елгстрем і М. Кнодта та інших науковців.

**Виклад основного матеріалу.** З посиленням євроінтеграційних процесів та розвитком цифрової ери змінюється процес медіавиробництва та характер журналістської діяльності. Завдяки новим медіатехнологіям кожен у режимі онлайн може легко брати участь у створенні новинного контенту. Це зазвичай вважають позитивним явищем із соціальної, демократичної точки зору, навіть якщо аудиторія, редактори та журналісти не обов'язково сприймають взаємодію як позитивну рису. «Ці нові відносини кидають виклик традиційному погляду на журналістику як на головну силу в дослідженні та критиці влади. Нові взаємовідносини можуть призвести до зміни у робочому процесі журналістів, а також до більш систематичних змін у змісті традиційної журналістської продукції. Редактори і журналісти зараз конкурують у виробництві контенту з користувачами, які мають можливість миттєво взаємодіяти з традиційним постачальником контенту. Прикладами є блоги, форуми чату та персональні вебсайти, а також інтерактивні засоби, як-от коментарі і посилання на електронні листи на сайтах новин» [3, с. 236; 4, с. 167]. Набувають популярності такі види практик, як ререйтинг, лінкжурналістика та вікіжурналістика. Водночас трансформується роль реципієнта: від консьюмера до просьюмера, тобто від споживача до активного виробника медіаконтенту. З'явилися партисипативні моделі роботи журналіста та аудиторії. Наприклад, блогінг, комунікація в соціальних мережах тощо.

Проблематика формування в Україні громадянського суспільства є однією з головних у переліку вимог до обов'язкового виконання на шляху до вступу в ЄС як повноцінного суб'єкта міжнародної спільноти [13, с. 34]. Саме журналістика участі повертає людство до демократичних засад

розвитку держави та запускає процес реалізації громадянського суспільства в Україні. Європейська спільнота вже на декілька кроків просунулася в цьому питанні.

Журналістика участі стирає кордони між тими, хто робить новини, та тими, хто їх споживає. Ден Гілмор, автор роботи «Ми, медіа», висловив упевненість у тому, що сучасна журналістика трансформується з лекції в розмову. «Звичайно, користувачі також можуть створювати вміст, надсилаючи фотографії для публікації, і багато новинних сайтів просять своїх відвідувачів зробити внесок, коли вони стають очевидцями чогось надзвичайного» [3, с. 27]. Так, завдяки сучасним технологіям користувач отримує можливість не тільки читати матеріал, а й редагувати, доповнювати і навіть створювати його. І в цьому перевага над традиційними медіа тих проєктів, що ґрунтуються на так званому неформальному спілкуванні читачів.

Європейська інтеграція є необхідною передумовою розвитку української журналістики. Журналістика участі, як нова форма соціальної комунікації, забезпечить гідне місце української журналістики у світовому інформаційному просторі, адже входження України у Європейську Спільноту починається з якісної журналістики, яка є виявом демократичного розвитку держави [14, с. 182].

На основі етнографічного аналізу трьох різних європейських (Фінляндії, Франції та Швеції) новинних видань, які ставлять участь у центр своєї діяльності, дослідники виокремлюють коло громадян, які зробили свій внесок у розвиток журналістики участі: активісти, волонтери, митці, студенти та місцеві жителі. Усі вони є проміжними учасниками, співавторами, які працюють у лімінальному (перехідному) стані, що існує між штатними професіоналами та випадковими особами, які чинять одноразові журналістські акти. Таким чином, коли непрофесіонали беруть участь у журналістиці, вони можуть брати участь не лише в громадських дебатах, а й у соціальній єдності, культурному житті.

Девід Гарт, Енді Вільямс і Джером Тернер використовують методичний підхід до інтерв'ю та аналізу контенту новинних сайтів, щоб оцінити способи, якими гіперлокальні новинні видання в Сполученому Королівстві культивують форми участі. Значна кількість дослідників припускає, що участь у новинах аматорів буде найуспішнішою, коли ця участь передбачає взаємність або форми взаємовідносин між професійними журна-

лістами та аудиторією / аматорами – учасниками новин [8].

У своїй статті Дейв Харт [5] демонструє можливість взаємодії між суб'єктами новин та учасниками їхньої аудиторії, яка відбувається через соціальні медіа, а також у налаштуваннях віч-на-віч. Ці стосунки є ключовими методами не лише для побудови довіри, а й для покращення спільнот. Насправді, вони стверджують, що гіперлокальні новинні видання, які встановлюють взаємні стосунки, не лише надають можливість брати участь у створенні новин. У деяких випадках вони роблять внесок у проєкти, створені іншими групами чи окремими особами в їхніх громадах і, підтримуючи ці зусилля, допомагають об'єднати членів спільноти так, щоб покращити їхні життя.

Коли громадяни вирішують створювати контент, вони можуть свідомо чи несвідомо робити свій внесок в основні новини. У будь-якому разі їхні зусилля призвели до зростання залежності від громадянського контенту та підняли питання щодо прав і обов'язків обох сторін у цих відносинах. Таким чином, на думку Пітера Дахлгрена, поняття «журналістика участі» має бути зведено до фрази «загальна категорія для позначення всіх форм непрофесійної журналістської поведінки, яка фіксує ідеї спільної та колективної дії» [1, с. 10].

За таких умов споживання інформації поступово стає інтерактивним: користувачеві важливо перебувати у взаємодії з медіа, миттєво реагувати і висловлювати ставлення до контенту. Саме ця реакція користувачів є важливою частиною дистрибуції новин. Видання привчають своїх читачів реагувати на отриману інформацію та поширювати її. Аудиторію соціальних мереж поступово залучають до різних фахових журналістських процедур через участь у дискусіях, продукування інформаційних приводів і додаткового контенту. Часто буває так, що фідбек читача стає цікавішим та вагомішим, ніж первісне повідомлення. Такий формат взаємодії ЗМІ та аудиторії отримав назву «журналістика участі».

Отже, журналістика участі – це нова форма соціальної комунікації, практика окремого виду журналістики, що базується на компоненті участі та поєднує елементи аматорської та професійної журналістики. Тобто це весь контент, який створено спільно з журналістами, незалежними ЗМІ та громадянами, а також контент, створений незалежно громадянськими чи суспільними ЗМІ, який у майбутньому використають основні масмедіа.

Нині виділяють декілька моделей журналіс-

тики участі. Перший – громадянська журналістика. Цей напрям є найбільш відомим та найбільш суперечливим, оскільки в створенні медіатексту беруть участь не професійні журналісти, а звичайні люди. Вони збирають та публікують в інтернеті новини, свідками яких були. «Громадська та масова журналістика вказує на непрофесійні громадянські ініціативи, де створення спільноти відбувається спонтанно, а її дії керуються потребою більш локальної перспективи знизу вгору» [3]. На практиці громадянську журналістику здебільшого пов'язують із блогерством. Проте останнім часом усе більшої популярності набувають портали новин, де користувачі можуть додавати власні новини, викладати фото або відео з місця подій.

Наступною моделлю можна назвати соціально активну журналістику. Головним її принципом є те, що журналістика зобов'язана не лише висвітлювати новини, а і впливати на перебіг суспільного життя. Газети й журнали перетворюються з нейтральних спостерігачів на активних учасників життя суспільства, які розповідають про події, важливі для більшості громадян. Основна відмінність цього виду журналістики від громадянської полягає в тому, що матеріал створюють не аматори, а професіонали, які одержують за це гроші. Реалізацією основних принципів соціально активної журналістики в межах конкретного невеликого співтовариства є ком'юніті-журналістика. Видання такого типу висвітлюють місцеві події (містечко, регіон), які є пріоритетними перед новинами світового масштабу.

Ще однією моделлю журналістики участі є колаборативна журналістика. Суть її полягає в тому, що матеріал створює не одна людина, а об'єднані зусилля кількох добровольців. Тут не важливо, професіонал ти чи аматор, не важлива й належність до певного ЗМІ, оскільки головною ідеєю є посилення незалежності позиції видавця за рахунок відображення різних точок зору. Основними різновидами колаборативної журналістики є лінкжурналістика та вікіжурналістика [12]. Ідея першого полягає у постачанні тексту гіперпосиланнями на зовнішні вебджерела. Другий, подібно до будь-яких вікіресурсів, як-от «Вікіпедія», надає кожному користувачеві функцію створення або редагування новин.

Журналістика участі є революцією у сфері медіа та розумінні їхньої природи. Вона принесла демократизацію процесу створення новин, свободу слова, перемістила користувача з нижньої ланки інформаційного процесу в розряд повноцінних учасників. Тепер громадяни можуть отри-

мувати ту інформацію, яка є цікавою та актуальною для них, а не нав'язаною «зверху». Величезна кількість джерел інформації дозволяє поглянути на ситуацію з різних точок зору та отримати дані з перших рук. Багато хто переконаний, що журналістика участі доповнює традиційну журналістику, а також допомагає їй знаходити нові, «невичерпні» теми. Попри це, варто пам'ятати, що у цифрову добу журналісти зіштовхуються з низкою проблем, які створюють нові етичні виклики, як-от поширення дезінформації. Коли швидкість стає важливішою за точність, можуть виникати грубі помилки. Водночас верифікація інформації стала важливішою ніж будь-коли.

Незважаючи на таке широке визнання журналістики участі, останніми роками стає все очевиднішим, що цей феномен не настільки однозначний. Річ у тім, що інтернет-технології сприяли настільки величезному припливу інформації в мережі, що акцент із наявності інформації зрушив на її якість. В інтернеті можна знайти дані майже про все, що може цікавити звичайну людину, і навіть більше. Але питання в тому, чи можна вірити записам зі звичайних блогів чи спільно створених статей, які не проходять жодної професійної перевірки? Подібні джерела – це суто індивідуальний простір, який цілком залежить від бажань і уявлень творців і, що природно, від їх освіченості. Результат – мережа сповнена прикладів непрофесійно оформлених записів, які важко читати, що презентують суб'єктивну думку автора. «Коли межі журналістики стають нечіткими, то норми практики та критерії її оцінки стають слизькими. Питання точності, прозорості, підзвітності та неупередженості виходять на перший план, навіть якщо критики можуть слушно стверджувати, що ці якості завжди були певною мірою неповноцінними» [1, с. 18].

З метою завоювання довіри публіки деякі блогери виробляють власні етичні норми. Таких випадків замало, але вони трапляються. У соціально активній чи ком'юніті-журналістиці, незважаючи на те, що в ній працюють професійні журналісти, їхня точка зору не є нейтральною, вони залучені до події і представляють лише один бік проблеми, що йде врозріз із професійною етикою.

Останні десятиліття знаменуються збільшенням кількості блогерів у глобальній мережі. Блогінг, як одна з форм журналістики участі, починає складати конкуренцію традиційній журналістиці, стаючи суттєвим джерелом інформації. Зростає кількість популярних блогерів серед професійних журналістів, що пов'язано з технічними іннова-

ціями в глобальній системі масових комунікацій. Блоги виникли завдяки доступності простого забезпечення. Спеціальні технічні особливості дозволяють авторам блогів публікувати мультимедійну інформацію у формі публікацій із можливістю коментувати. Ці технічні та комунікативні особливості медіа активізували аудиторію, яка від пасивного споживання інформації перейшла до виробництва контенту в будь-якій його формі.

Причиною стрімкого поширення блогів у середовищі професійних журналістів є деякі особливості, що дозволяють більш ефективно виконувати журналістські завдання. Використання блогів у журналістських цілях дозволяє оперативно надавати інформацію, забезпечувати відкритість інформації, уможливити вираження власної думки, забезпечує і контролює зворотний зв'язок.

**Висновки і пропозиції.** Отже, інтеграція України в Європейську Спільноту та згодом її членство в Європейському Союзі зовсім не означає автоматичного створення та функціонування в нашій країні нового зразка громадянського суспільства. Журналістика участі, як нова форма соціальної комунікації в країнах ЄС, є новітнім явищем на теренах України. Багаторічний досвід Європейського Союзу має вагомим значення для України, зокрема в питанні активізації громадянського суспільства європейського зразка.

Поява цього феномену зумовлена розвитком цифрових технологій у контент-виробництві, посиленням маркетингового складника в діяльності медіапідприємств, актуалізацією економічної привабливості низьковитратного медіапродукту, активізацією громадських ініціатив, що потребують медіапідтримки, неспроможністю державних інституцій розв'язувати певні актуальні проблеми на теренах традиційних медіаплат-

форм. Завдяки журналістики участі формується значний сегмент аматорського журналістського контенту, який утворює дискурс, альтернативний професійному, та закладає фундамент для реалізації цінності свободи слова.

Для журналістики участі характерне порушення стандартів достовірності, збалансованості інформації, відокремлення фактів від коментарів, уникнення мови ворожнечі. Водночас журналістика участі потребує зовсім іншого алгоритму контентовиробництва. Вона передбачає навички верифікації інформації, взаємодії з дописувачами-аматорами та можновладцями, які долучаються до розв'язання проблем різної масштабності та спрямування, спілкування з активною аудиторією, що зумовлюється посиленням чинника зворотного зв'язку в комунікації.

Проаналізувавши теоретичні і практичні дослідження, ми дійшли висновку, що поняття «журналістика участі» характеризується як діяльність громадян, які беруть активну участь у процесі збирання, обробки, аналізу та поширення інформації, не маючи при цьому, як правило, професійної журналістської підготовки або у співпраці з традиційними ЗМІ. Грунтуючись на методологічній базі дослідження, ми виокремили такі моделі журналістики участі, як громадянська, соціально активна, колаборативна, а також окреслили основні форми журналістики участі, як-от блогерство, комунікація в соціальних мережах, коментарі на сайтах онлайн-медіа, вікіжурналістика.

Система взаємодії між Європейським Союзом та громадянським суспільством України через поширення нової форми соціальної комунікації – журналістику участі – дає позитивні напрацювання в контексті забезпечення демократичного та європейського розвитку України.

#### Список літератури:

1. Dahlgren Peter, Igor Vobic Reconsidering Participatory Journalism in the Internet Age, 2013. 10-30 p.
2. Гіллмор Д. Mediactive / Ден іллмор ; [Пер. з англ. Олександра Головка, журналіст-редактор Тетяна Рогова]. Запоріжжя : Interlink Academy for International Dialog and Journalism, Institute for Society and Communication, 2017. 213 p.
3. Gillmor, D. We the Media Grassroots Journalism by the People, for the People. Sebastopol : O'Reilly Media, 2004. 299 p.
4. Gunter, B. News and the Net, Mahwah, London: Lawrence Earlbaum, 2003. 218 p.
5. Harte, D. and Jackson, V. 'Media employability 2.0', Media Education Research Journal 2 (2), 2011. 42–56 p.
6. Huba J., McConne B. Citizen Marketers: When People Are the Message. Chicago, IL: Kaplan, 2012. 236 p.
7. Jenkins H. Convergence Culture: Where old and new media collide. New York : New York University Press, 2006. 368 p.
8. Lewis, Seth C., Avery E. Holton, and Mark Coddington. 2014. "Reciprocal Journalism: A Concept of Mutual Exchange between Journalists and Audiences". Journalism Practice 8 (2). 229–241 p.
9. Nip J. Exploring the second phase of public journalism, 2006, 7(2). 212–236 p.

10. Nip J. Routinization of Charisma. The institutionalization of public Journalism online. *Public Journalism*. 2.0. The promise and reality of a citizen – engaged press / ed. by Jack Rosenberry and Burton St. John III. Routledge. N.Y., 2010. P. 136.
11. Paulussen S., Heinonen A, Domingo D., Quandt T. Doing It Together: Citizen Participation In The Professional News Making № 1 (3). 131–154 p.
12. Steensen, S. (2011) “Online Journalism and the Promises of New Technologies”, *Journalism Studies*, 12 (3). 311–327 p.
13. Wiener A. *European Integration Theory*. Oxford : Oxford University Press, 2019. 360 p.
14. Zwolski K. The EU, Russia and the War in Ukraine. *European Security in Integration Theory*. Cham : Palgrave Macmillan, 2018. P. 169–201. DOI: 10.1007/978- 3-319-69517-4\_6.

### **Bytiuk I. V. Integration of Ukraine into the European Union: participatory journalism as a new form of social communication**

*The article examines the concept of participatory journalism as a new form of social communication in the context of European integration. The main models and forms of participatory journalism are highlighted. European integration processes in Ukraine give rise to the emergence of a new modern institution aimed at ensuring the realization of the right to information. In particular, existing restrictions on the freedom of activity of traditional mass media led to the formation of an independent institute of mass communications – participatory journalism. The study shows that participatory journalism requires a completely different content production algorithm. As a new form of social communication, it blurs the lines between those who make news and those who consume it. At the same time, it involves the skills of information verification, interaction with amateur contributors and officials who are involved in solving problems of various scales and directions, communication with an active audience, which is caused by the strengthening of the feedback factor in communication. Based on the results of the research, the author concludes that a significant segment of amateur journalistic content is forming, which forms an alternative discourse to the professional one. It is characterized by violation of standards of reliability, balanced information, separation of facts from comments, avoidance of hate speech. At the same time, the demand for participatory journalism content from traditional media will grow, because even the largest staff of journalists in the leading media can no longer compete with the million-strong army of potential amateur journalists armed with mobile phones with cameras and high-speed Internet access. In the context of Ukraine’s integration into the European Union, participatory journalism as a new form of social communication contributes to the development of civil society, democratic processes, in particular, it changes the emphasis in the theory of the information “agenda”, and as a result, the editorial policy and strategy of traditional mass media begin to be reconsidered and changed. Because with the emergence of participatory journalism, professional journalists lost their monopoly on authorship of texts addressed to a mass audience. Ukrainian society’s desire for justice and truth made it necessary to put a new type of journalistic activity at the service of general human well-being.*

**Key words:** *participatory journalism, content, blog, news, social communications, European integration, civil society, mass media, media.*