

О. І. Гоцур

кандидат наук із соціальних комунікацій
доцент кафедри журналістики та засобів масової комунікації
e-mail: oksana.i.hotsur@ipnu.ua, ORCID: 0000-0002-6589-0011
Національний університет «Львівська політехніка»
вул. Князя Романа, 1/3, м. Львів, Україна, 79000

БЛОГ І ПОДКАСТ ЯК РОЗВИТОК ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОМЕНТАТОРА ТА ОГЛЯДАЧА РАДІО- І ТЕЛЕМОВЛЕННЯ

Мета статті – визначити тенденції професійного розвитку оглядача й коментатора радіо- і телемовлення в контексті використання ресурсів та інструментів інтернет-комунікацій, зокрема блогу й подкасту.

Методологія дослідження. Осмислення окресленої теми ґрунтується на соціальнокомунікаційному та аксіологічному підходах. Контент-аналіз, синтез й узагальнення є основними методами, які були використані в процесі наукового дослідження.

Результати. Блог і подкаст у сучасних умовах розвитку інформаційного простору (глобальне значення інтернет-технологій, COVID-19, інформаційні та соціальні потрясіння, зумовлені повномасштабною війною в Україні) є ефективним способом розвитку професійної діяльності українських коментатора й оглядача телерадіомовлення. Це можливість не лише зберегти аудиторію в умовах ковідної кризи та воєнної російської агресії проти України, монетизувати власну працю в соціальних мережах, а й використовувати професійні журналістські навички, удосконалювати свою журналістську майстерність в інших медійних нішах.

Наукова новизна статті полягає у використанні низки теоретико-методологічних підходів до розуміння природи блогу й подкасту як медійних платформ для реалізації творчого потенціалу коментаторів та оглядачів телерадіомовлення, новітніх засобів комунікації із сучасною аудиторією.

Практичне значення результатів зумовлене зростанням ролі інтернет-медіа в суспільстві як засобу комунікації в кризовий глобальний час (COVID-19 та війна в центрі Європи) й у формуванні нових тенденцій у журналістському середовищі, що дає змогу використати матеріали дослідження в процесі аналізу конкретних аспектів журналістської майстерності з метою виявлення нових аспектів творчої особистості коментатора та оглядача телерадіомовлення.

Ключові слова: подкаст, блог, коментатор, оглядач, телерадіомовлення, підписники, інтернет-медіа, аудиторія, контент, соціальні мережі.

I. Вступ

Окрім розвитку своєї професійної діяльності на радіо- і телебаченні, коментатори та оглядачі також реалізують її в інтернет-медіа, блогах та подкастах. У цьому ключі вказані напрями професійного розвитку свідчать про те, що вони шукають нові шляхи комунікації зі своєю аудиторією з метою висвітлення власних думок, поглядів та показу своєї роботи.

У контексті соціальних комунікацій, зокрема практики журналістики, цінно дослідити, чи новітні тренди на блог та подкаст є справді якісним методом власного професійного розвитку. Можливо, це звичайна данина моді, як вважає блогер, письменник О. Зуб: «Блоггерство може бути і звичайним хобі, й основною професією а, крім того, – прибутковим бізнесом. Усе залежить від підходу» [8].

Останні дослідження, які оприлюднив у жовтні 2021 р. Фонд Thomson Reuters у межах проекту «Підтримка незалежних медіа у країнах Східного партнерства», свідчать про те, що серед українських медіаспоживачів соціальні мережі та пошуковики є найпопулярнішими джерелами інформації [10]. Так, згідно із цим дослідженням, понад 70% людей для отримання інформації використовують такі популярні соціальні мережі, як Facebook, YouTube, Viber, рідше Instagram (46%), Telegram (39%). При цьому потрібно наголосити, що, безумовно, їх популярності посприяла світова пандемія COVID-19, коли люди були позбавлені можливостей міжособистісного спілкування, усіляких зустрічей, відвідин різноманітних атракцій (виставок, вистав, концертів тощо). Це також стало причиною зупинки багатьох творчих журналістських проєктів, а деякі журналісти навіть тимчасово втратили улюблену роботу. Саме в час пандемії у 2019–2020 рр. багато жур-

налістів використали свій вивільнений час від роботи і творчий потенціал для запуску власних блогів у соціальних мережах, створення власних блогів та блогів у провідних онлайн-медіа, а також запустили свої подкасти. Якщо для провідних інтернет-медіа блогінг був давно звичним явищем, то в ці роки вони почали активно запускати подкасти. Тобто і журналісти, й онлайн-медіа пристосувалися до викликів, зумовлених пандемією, адже потрібно було якось працювати далі, робити інформаційний продукт та зберігати свою аудиторію. І наприклад, «Українська правда» запустила свої подкасти саме у 2020 р.

Подкасти, на відміну від блогів, у контексті соціальних комунікацій як предмет розгляду наукових розвідок із соціальних комунікацій є зовсім новим і малодосліджуваним явищем як в українському науковому середовищі, так і в європейському. С. Єсемуратова, висвітлюючи деякі питання та дискусії щодо блогу, вважає, що в майбутньому вони будуть прирівняні до медіа-сервісу [3, с. 1627].

Про те, що однією з функцій блогу є розвиток особистих і професійних якостей, пише дослідник Д. Колезев [5]. Розвиваючи цю думку, І. Мудра цілком справедливо вважає, що блог для журналіста – це насамперед можливість вільно висловлювати свої думки, чітко заявляти про власну позицію, не уникаючи суб'єктивізму, оскільки авторський погляд у блогерських публікаціях має вирішальне значення [7, с. 77].

Подкаст як сферу діяльності називають подкастингом. На відміну від слухачів радіо, які слухають те, що їм пропонує радіостанція, подкастинг дозволяє самостійно обирати те, що ви не хочете слухати. І найголовніше, як слушно зауважує Є. Руденко з BBC-Україна, саме в той час, коли вам зручно ввімкнути свій програвач [9]. Цей спосіб поширення аудіо та відео через мережу Інтернет дозволяє створювати матеріали кожному охочому. Цим подкастинг і відрізняється від, наприклад, радіостанції, де працюють професійні журналісти. Але і самі журналісти, які мають чималий досвід роботи в медіа, дуже часто створюють свої подкасти й ефективно працюють у його розвитку.

Автори дослідження «Використання мультимодального контенту для узагальнення подкастів в Іспанії» виокремлюють дві моделі подкастів: більш традиційну, засновану на радіобюлетенях та новинах; та іншу, більш інноваційну, яка копіює англійську формулу, яка вибирає глибину, поширення й розмовний тон, щоб перевизначити канони сторителінгу аудіонової і скористатися потенціалом аудіо як нового каналу розповсюдження газет у цифровій екосистемі [2].

Хоча серед дослідників немає єдиного трактування акаунтів соціальних мереж як блогів, їх позначають як «мікроблоги», однак саме так їх сприймають споживачі інформації.

Інтерактивність у блогах, вважає І. Тонкіх, це неодмінна властивість блогу як діалогічної форми комунікації, націленої на висловлення автором власних думок та на обмін думками з іншими користувачами [8, с. 292]. У цьому контексті потрібно зважати на той факт, що блог, на відміну від електронного ЗМІ, дає більші можливості в плані комунікації своїм читачам. Така комунікативна природа блогу наділяє його двома взаємозалежними характеристиками: певна близькість журналіста до аудиторії й зростання довіри аудиторії до журналіста. Тобто блог завдяки інтерактивності, діалогічності дає ширші можливості журналісту для впливу на аудиторію, а значить, і на громадську думку.

Але чи завжди журналісти використовують такі можливості блогів? Власне, відповідь на це питання дасть аналіз блогів провідних журналістів.

Що стосується подкастів, то можливості комунікації з аудиторією обмежені. І тут важливим помічником стає власний блог у соціальних мережах.

Згадані майданчики комунікації часто є не тільки сферою професійного розвитку тележурналіста, але і його окремою діяльністю. Звідси з огляду на постановку загальної проблеми цікаво простежити динаміку й специфіку комунікації журналістів з аудиторією через блоги та подкасти. На основі аналізу подкастів важливо виокремити, які їх види є в інформаційному просторі України.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета статті – визначити тенденції професійного розвитку оглядача й коментатора радіо- і телемовлення в контексті використання ресурсів та інструментів інтернет-комунікацій, зокрема блогу й подкасту.

Осмислення окресленої теми ґрунтується на соціальнокомунікаційному та аксіологічному підходах. Контент-аналіз, синтез й узагальнення є основними методами, які були використані в процесі наукового дослідження.

III. Результати

Блог і подкаст мають по одній важливій спільній і відмінній ознаці. Спільне те, що журналісту обидва майданчики дають можливість вільно висловлювати свої думки, погляди, переконання, де чітко бачимо авторське «я» журналіста.

Блог для журналіста – це насамперед можливість вільно висловлювати власні думки, чітко заявляти про власну позицію, не уникаючи суб'єктивізму, оскільки авторська точка зору в блогерських публікаціях має вирішальне значення. Форма щоденника дозволяє зберігати відверту

суб'єктивність позиції та експресивність оціночних суджень, що надає широкі можливості для впливу на громадську думку. У блозі журналіст не зобов'язаний дотримуватись одного з основних принципів журналістської творчості – об'єктивності й неупередженості, оскільки форма щоденника дає змогу ділитися власними думками, емоціями, спостереженнями тощо. Окрім того, публікації в блогах відрізняються від журналістських матеріалів у традиційних ЗМІ або на сторінках онлайн-видань і більшою свободою у формулюванні думок, про що свідчать мовностилістичні особливості журналістських блогів. Формат особистого щоденника дозволяє використовувати розмовну лексику, сленг і навіть жаргон, іронічні й саркастичні висловлювання, оціночні судження тощо.

Спортивний телекоментатор Босянок Денис Миколайович, який спеціалізується на футболі та хокеї, веде блог на сайті <https://football24.ua/>, коментував 6 матчів турніру Євро 2012, в тому числі фінал (у парі з Андрієм Столярчуком). На цьому ж сайті цікаві спортивні огляди в рубриці «Блоги» роблять такі журналісти: Сергій Тищенко, Володимир Лесько, Михайло Якименко.

Відомі спортивні коментатори Віктор Вацко, Ігор Циганик та Роберто Моралес ефективно розвивають свої ютуб-канали, де також роблять огляди різних спортивних подій. Так, В. Вацко залишив телеканали «Футбол» у липні 2019 р. і зосередився на розвитку власного ютуб-каналу «Вацко Live». І лише через рік повернувся до безпосередньої журналістської роботи в ролі коментатора. На сьогодні його ютуб-канал має 120 тис. підписників, а деякі програми мають понад 2 млн переглядів.

Роберто Моралес значно раніше створив свій ютуб-канал «Гра без м'яча (футбол і теревені навколо нього)», у 2016 р., але на сьогодні має всього 176 підписників, а загальна цифра переглядів усіх відео становить 5624. Це свідчить лише про те, Р. Моралес не працює над розвитком свого ютуб-каналу.

Роберто Моралес, крім коментаторської роботи футбольних спарингів, робить цікаві огляди, зокрема, на таких спеціалізованих ресурсах, як: www.ua-football.com, sport.ua, <https://football24.ua>.

Оглядач суспільно-політичних подій Остап Дроздов (автор програм «Прямим текстом» на телеканалі «ZIK» (2007–2019), ведучий хард-ток-шоу «Drozdov» на цьому ж телеканалі (2014–2019), «Drozdov прямим текстом» (НТА, «4 канал») свою професійну діяльність зараз активно розвиває також на ютуб-каналі «DROZDOV» (понад 100 тис. підписників). Також є автором багатьох коментарів для блогів на таких ресурсах, як «ЗАХІД.нет», «Українська правда», «Главком», «Обозреватель».

Цікавість журналістів та аудиторії до подкасту й до блогів зростає з початком пандемії COVID-19. Зокрема, ще у 2020 р. Spotify нарахував у своєму каталозі 1,9 млн подкастів [4]. Інша платформа Apple Podcasts ще того ж року нараховувала трохи менше – 1,6 млн подкастів, а вже станом на червень 2022 р. – понад 2,4 млн [1]. Виробляють їх, за словами музичного оглядача Марка Лівіна, як окремі люди – блогери, стендап-коміки, телеведучі й зірки, так і медіакомпанії та ЗМІ – від гігантів до невеликих блогів. Формату властива дешевизна, а платформи, на яких можна слухати подкасти (Apple, Google, Spotify, SoundCloud тощо) легкі та зрозумілі у використанні: як для виробників, так і для слухачів [6].

Загалом усі подкасти можна класифікувати на дві великі категорії:

1) розмовний подкаст (люди розмовляють) – тут ми чуємо одного/кількох ведучих, які розповідають свої ідеї й діляться власними міркуваннями. При цьому ставлять запитання гостям або просто обговорюють визначені питання з однієї теми;

2) наративний подкаст (люди розповідають історії). Ще можна назвати аудіоісторією. У такому аудіосеріалі наявні всі елементи художнього або документального твору: тут є герої, які щось шукають, стикаються з перешкодами та змінюються впродовж історії. Такі сюжети можуть бути втілені як у цілому сезоні, так і в окремих його випусках або їх фрагментах [12].

Подкаст на сьогодні є одним з найуспішніших шляхів розвитку жанру огляду. Він дає змогу споживачеві інформації слухати аналіз найцікавіших фактів незалежно від місця, часу.

«Радіо НВ» пропонує подкаст «Світ огляд з Іваном Яковиною», де автор робить аналітичний огляд найголовніших подій світу. Тут же є цікавий музичний подкаст «Музика з історіями», де історик Ярослав Грицак познайомить зі знаковою західною музикою 1960–1980-х рр., що надихала на зміни.

На сайті «Радіо Свобода» є окремий розділ «Подкасти» (до речі, на сьогодні чи не кожне інтернет-видання містить цей розділ). Інформаційно-оглядові подкасти тут такі: «Свобода за тиждень із Людмилою Ваннек» (огляд найцікавіших матеріалів від «Радіо Свобода» за тиждень), програма Дмитра Шурхала «Історична Свобода», де автор коментує українську історію, щоб знайти відповіді на складні історичні питання.

Про музичні новинки, історію джазу робить свій подкаст оглядач Олексій Коган. Його «Jazz Train From Ukraine» – клондайк інформації, що допомагає детальніше зрозуміти екосистему українського джазу.

Досвід музикантів та ентузіастів, які записують звуки рідкісних інструментів та музику етнічних груп по всій Україні збирає Андрій Левченко. Гості «Ріж Вільовку» також діляться своїми пригодами в пошуках фолькової спадщини.

У цілому є різні тематичні подкасти: від музичних, літературних до політичних чи релігійних.

Окремо потрібно згадати про тенденції в журналістській блогосфері й подкастингу, зумовлені російською воєнною агресією в Україну з 24 лютого 2022 р.:

– переорієнтація на проблеми, які постали внаслідок війни, зокрема, розруха, знищення культурних та історичних цінностей, інфраструктури, геноциду українського народу, біженці, благодійність, спорт і пісенний патріотизм, проблема російськомовності;

– окремі подкасти та блоги мали певну паузу у випуску після 24 лютого або взагалі припинили виходити у світ (насамперед, ідеться про авторські подкасти та блоги). Зокрема, подкаст про культуру «Kult: Podkast» відновив свою роботу майже через три місяці від початку війни, 8 травня, а подкаст «Радіо НВ» «Говорить Жадан» востаннє мовив ще 23 лютого, напередодні вторгнення Росії;

– оглядачі провідних суспільно-політичних видань свої ютуб-канали та подкасти цілком переорієнтували на висвітлення військових тем з передової. Так, головний редактор українського новинного суспільно-політичного інтернет-порталу «Цензор.нет», оглядач газети «Дзеркало тижня» Юрій Бутусов створив канал «Бутусов плюс» ще у 2018 р., акцентуючи увагу на різних проблемах країни. Але з початком війни основний контент каналу – це новини з передової, де безпосередньо перебуває журналіст;

– актуалізація інтересу суспільства до блогів та подкастів військових журналістів. Олександр Махов, журналіст, який побував не в одній гарячій точці, вів подкаст «Військкор», служив у ЗСУ і загинув від російського обстрілу 4 травня 2022 р.

IV. Висновки

Журналістика і журналіст сьогодні зовсім відмінні від журналістики й журналіста, якими вони були ще десятиліття тому. І важко їх уявити без блогу та подкасту.

На основі опрацьованого матеріалу можна зробити такі висновки:

1) блог і подкаст не є трендом у руках сучасного журналіста, а логічним наслідком розвитку соціальних комунікацій у період світової пандемії COVID-19;

2) подкасти українських журналістів загалом можна класифікувати на дві великі категорії: розмовний і наративний;

3) журналісти, використовуючи подкасти та блоги, намагаються зберегти й розширити свою аудиторію, спробувати себе в професійному плані в новій ніші. Одним це успішно вдається, інші ж через певні обставини не працюють над розвитком свого блогу чи подкасту.

Перспектива подальших наукових розвідок полягає в необхідності дослідження якісних характеристик журналістської майстерності в блогах та подкастах, а також функціонування подкастів в онлайн-медіа, як відповідь на так званий «інформаційний голод» під час пандемії COVID-19. Також потребує подальшого та глибшого вивчення розуміння ролі інтернет-медіа у суспільстві як засобу комунікації в сучасний кризовий глобальний час (окрім коронавірусної пандемії, ідеться про війну в центрі Європи у XXI ст.), що впливає на формування нових тенденцій у журналістському середовищі з метою виявлення нових аспектів творчої особистості коментатора та оглядача телерадіомовлення.

Список використаної літератури

1. Apple Podcasts. URL: https://podcastindustryinsights.com/?utm_source=myspodcastreviews&utm_campaign=stats&utm_medium=redirect&ref=MPR (дата звернення: 12.07.2022).
2. Asier, Leoz-Aizpuru, Miguel, Pedrero-Esteban Luis Audio Storytelling Innovation in a Digital Age: The Case of Daily News Podcasts in Spain. *Information (Switzerland)*. 2022. Vol. 13, Iss. 4.
3. Esemuratova S. Content analysis of blogs for civic journalists in karakalpakstan. *International Journal of Advanced Science and Technology*. 2020. Vol. 29, Iss. 5. P. 1626–1629.
4. Spotify звітує про прибутки за третій квартал 2020 року. URL: <https://newsroom.spotify.com/2020-10-29/spotify-reports-third-quarter-2020-earnings/> (дата звернення: 12.07.2022).
5. Колезев Д. Е. Журналистика и блоггинг: взаимодействие и взаимовлияние. URL: <http://elag.urfu.ru/bitstream/10995/19044/1/iurp-2010-71-04.pdf> (дата звернення: 02.10.2021).
6. Лівін М. «Я вас слухаю»: 36 подкастів від людей, які люблять подкасти. Великий список подкастів на будь-який смак – слухай, коли зручно. *The Village*. URL: <https://www.thevillage.com.ua/village/knowledge/knowledge/305217-ya-vas-sluhayu-36-podkastiv-vid-lyudey-yaki-lyublyat-podkasti> (дата звернення: 12.07.2022).
7. Мудра І. Класифікація журналістських блогів. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: Журналістські науки. 2019. № 3. С. 76–86.
8. Пристай Д. Слава блогу. Як стати успішним блогером в Україні. *Суспільне Культура*. URL: <https://suspilne.media/70770-slava-blogu-ak-stati-uspisnim-blogerom-v-ukraini/> (дата звернення: 12.05.2022).

9. Руденко Є. Подкастинг – це те, що під каструлю? URL: https://www.bbc.com/ukrainian/multimedia/2010/05/100525_podcasting_on (дата звернення: 12.07.2022).
10. Склярєвська Г. Дослідження Thomson Reuters: Соцмережі та пошуковики – найпопулярніші джерела інформації в Україні. *Детектор Медіа*. URL: <https://ms.detektor.media/trendi/post/28258/2021-10-07-doslidzhennya-thomson-reuters-sotsmerezhi-ta-poshukovyky-naypopulyarnishi-dzherela-informatsii-v-ukraini/> (дата звернення: 14.10.2021).
11. Тонкіх І. Журналістські блоги як форма впливу на громадську думку в українських Інтернет-ЗМІ. *Психолінгвістика*. 2012. Вип. 11. С. 290–297.
12. Хівренко А. Що таке подкасти та як їх слухати? *Українська правда*. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2020/09/20/7267023/> (дата звернення: 12.07.2022).

References

1. Apple Podcasts. Retrieved from https://podcastindustryinsights.com/?utm_source=myspodcastreviews&utm_campaign=stats&utm_medium=redirect&ref=MPR [in English].
2. Asier, Leoz-Aizpurua, Miguel, Pedrero-Esteban Luis Audio Storytelling Innovation in a Digital Age: The Case of Daily News Podcasts in Spain. (2022). *Information (Switzerland)*, 13, 4 [in English].
3. Esemuratova, S. (2020). Content analysis of blogs for civic journalists in karakalpakstan. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29, 5, 1626–1629 [in English].
4. Spotify звітує про прибутки за третій квартал 2020 року [Spotify reports Q3 2020 earnings]. Retrieved from <https://newsroom.spotify.com/2020-10-29/spotify-reports-third-quarter-2020-earnings/> [in English].
5. Kolezev, D. E. (2016) Zhurnalystyka y blohhynh: vzaymodeistvye y vzaymovlyaniye []. Retrieved from <http://elar.ufu.ru/bitstream/10995/19044/1/iurp-2016-71-04.pdf> [in Russian].
6. Livin, M. (2020). «Ya vas slukhaiu»: 36 podkastiv vid liudei, yaki liubliat podkasty. Velykyi spysok podkastiv na bud-yakyi smak – slukhai, koly zручно [I'm Listening To You: 36 Podcasts From People Who Love Podcasts. A large list of podcasts for every taste – listen when it's convenient]. *The Village*. Retrieved from <https://www.the-village.com.ua/village/knowledge/knowledge/305217-ya-vas-slukhayu-36-podkastiv-vid-lyudey-yaki-lyublyat-podkasti> [in Ukrainian].
7. Mudra, I. (2019). Klyasyfikatsiia zhurnalistskykh blohiv [Classification of journalistic blogs]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnikha»*. Seriya: Zhurnalistski nauky, 3, 76–86 [in Ukrainian].
8. Prystai, D. (2021). Slava blohu. Yak staty uspishnym bloherom v Ukraini [Thanks to the blog. How to become a successful blogger in Ukraine]. *Suspilne Kultura*. Retrieved from <https://suspilne.media/70770-slava-blogu-ak-stati-uspisnim-bloherom-v-ukraini/> [in Ukrainian].
9. Rudenko, Ye. (2010). Podkastynh – tse te, shcho pid kastruliu? [Podcasting – is it something that is under the pot?]. Retrieved from https://www.bbc.com/ukrainian/multimedia/2010/05/100525_podcasting_on [in Ukrainian].
10. Skliarevska, H. (2021). Doslidzhennia Thomson Reuters: Sotsmerezhi ta poshukovyky – naipopuliarnishi dzherela informatsii v Ukraini [Thomson Reuters study: Social networks and search engines are the most popular sources of information in Ukraine]. *Detektor Media*. Retrieved from <https://ms.detektor.media/trendi/post/28258/2021-10-07-doslidzhennya-thomson-reuters-sotsmerezhi-ta-poshukovyky-naypopulyarnishi-dzherela-informatsii-v-ukraini/> [in Ukrainian].
11. Tonkikh, I. (2012). Zhurnalistski blohy yak forma vplyvu na hromadsku dumku v ukrainskykh Internet-ZMI [Journalist blogs as a form of influence on public opinion in Ukrainian Internet media]. *Psykholinhvistyka*, 11, 290–297 [in Ukrainian].
12. Khivrenko, A. (2020). Shcho take podkasty ta yak yikh slukhaty? [What are podcasts and how to listen to them?]. *Ukrainska pravda*. Retrieved from <https://www.pravda.com.ua/articles/2020/09/20/7267023/> [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 05.08.2022.

Received 05.08.2022.

Hotsur O. Blog and Podcast as a Development of Professional Activity of a Commentator and Columnist of Radio and TV

The purpose of the article is to determine the trends in the professional development of radio and television observers and commentators in the context of the use of Internet communication resources and tools, in particular blogs and podcasts.

Research methodology. In the analysis of the outlined topic, social communication, social information communication and axiological approaches are used, methods of content analysis, synthesis and generalization are the main methods that were used in the process of scientific research.

Results. A blog and a podcast in the modern conditions of the development of the information space (the global importance of Internet technologies, covid-19, informational and social upheavals caused by a full-scale war in Ukraine) are an effective way to develop the professional activity of a

Ukrainian commentator and broadcaster reviewer. This is an opportunity not only to preserve one's audience in the conditions of the current crisis and military Russian aggression against Ukraine, to monetize one's work in social networks, but also to use one's professional journalistic skills, to improve journalistic skills in other media niches.

Novelty. The scientific novelty of the article lies in the use of various theoretical and methodological approaches to understanding the nature of blogs and podcasts as media platforms for realizing the creative potential of commentators and reviewers of television and radio broadcasting, the latest means of communication with a modern audience.

Practical significance. The practical significance of the results is determined by the growing role of Internet media in society as a means of communication in a global crisis time (COVID-19 and the war in the center of Europe) and in the formation of new trends in the journalistic environment, which makes it possible to use research materials in the process of analyzing specific aspects of journalistic skill in order to reveal new aspects of the creative personality of the commentator and reviewer of television and radio broadcasting.

Key words: podcast, blog, commentator, columnist, broadcast, subscribers, online media, audience, content, social networks.

Hotsur O. Blog i podcast jako rozwinięcie działalności zawodowej komentatora i felietonisty radiowego i telewizyjnego

Celem artykułu jest określenie trendów rozwoju zawodowego recenzentów i komentatorów radiowych i telewizyjnych w kontekście wykorzystania zasobów i narzędzi komunikacji internetowej, w szczególności blogów i podcastów.

Baza metodologiczna. W analizie nakreślonego tematu wykorzystuje się komunikację społeczną, komunikację informacji społecznej oraz podejścia aksjologiczne, metody analizy treści, syntezy i uogólniania to główne metody, które zostały zastosowane w procesie badań naukowych.

Wyniki. Blog i podcast w nowoczesnych warunkach rozwoju przestrzeni informacyjnej (światowe znaczenie technologii internetowych, COVID-19, wstrząsy informacyjne i społeczne wywołane wojną na Ukrainie) to skuteczny sposób na rozwój profesjonalnej działalności ukraińskiego komentatora i nadawcy. Jest to okazja nie tylko do zachowania swojej publiczności w warunkach obecnego kryzysu i militarnej rosyjskiej agresji na Ukrainę, do spieniężenia swojej pracy w sieciach społecznościowych, ale także do wykorzystania profesjonalnych umiejętności dziennikarskich, do doskonalenia swoich umiejętności dziennikarskich w innych niewykonalnych niszach.

Nowatorstwo naukowe artykułu polega na wykorzystaniu różnych podejść teoretycznych i metodologicznych do rozumienia istoty blogów i podcastów jako platform medialnych do realizacji twórczego potencjału komentatorów i recenzentów przekazów telewizyjnych i radiowych, najnowszych środków komunikacji z nowoczesnymi publicznością.

O praktycznym znaczeniu uzyskanych wyników decyduje rosnąca rola mediów internetowych w społeczeństwie jako środka komunikacji w dobie globalnego kryzysu (COVID-19 i wojna w centrum Europy) oraz w kształtowaniu się nowych trendów w dziennikarstwie. Środowiska, co umożliwia wykorzystanie materiałów badawczych w procesie analizy poszczególnych aspektów umiejętności dziennikarskiej w celu ujawnienia nowych aspektów osobowości twórczej komentatora i recenzenta przekazów telewizyjnych i radiowych.

Słowa kluczowe: podcast, blog, komentator, felietonista, transmisja, subskrybenci, media internetowe, odbiorcy, treść, sieci społecznościowe.