

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА

ОСАУЛКО ВІКТОРІЯ ІВАНІВНА

Допускається до захисту:
В.о.завідувача кафедри
журналістики та соціальних
комунікацій,
канд.політ.наук
_____Сергій БОНДАРЕНКО
« ____ » _____ 20__ р.

**БЛОГІНГ ЯК ЯВИЩЕ НОВІТНЬОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ
(ВІДПОВІДНІСТЬ ПРОФЕСІЙНИМ СТАНДАРТАМ КОМУНІКАЦІЇ)**

Спеціальність 061 Журналістика

Кваліфікаційна (магістерська) робота

Науковий керівник:
Наталія СТЕБЛИНА
Професор кафедри
журналістики та
соціальних комунікацій,
д.політ.наук, доцент

Оцінка: ____/____/____

Голова ЕК: _____

Вінниця – 2021 рік

АНОТАЦІЯ

Осаулко В. І. Блогінг як явище новітньої журналістики (відповідність професійним стандартам комунікації). Спеціальність 061 «журналістика», Освітня програма «Цифрова журналістика». Донецький національний університет імені Василя Стуса, Вінниця, 2021.

У роботі визначено особливості блогінгу як явища масової комунікації. Встановлено причини порушення стандартів комунікації у політичних блогах. Запропоновано можливі шляхи покращення якості матеріалів блогерів. Виявлено проросійські наративи у блогах різних типів.

Ключові слова: *інтернет, блог, блогосфера, пропаганда, маніпуляції.*

86 с., 139 дж.

ANNOTATION

Osaulko V. I. Blogging as a phenomenon of modern journalism (number of professional communication standards). Specialty 061 «journalism», programme «digital journalism». Vasyl` Stus Donetsk National University, Vinnytsia, 2021.

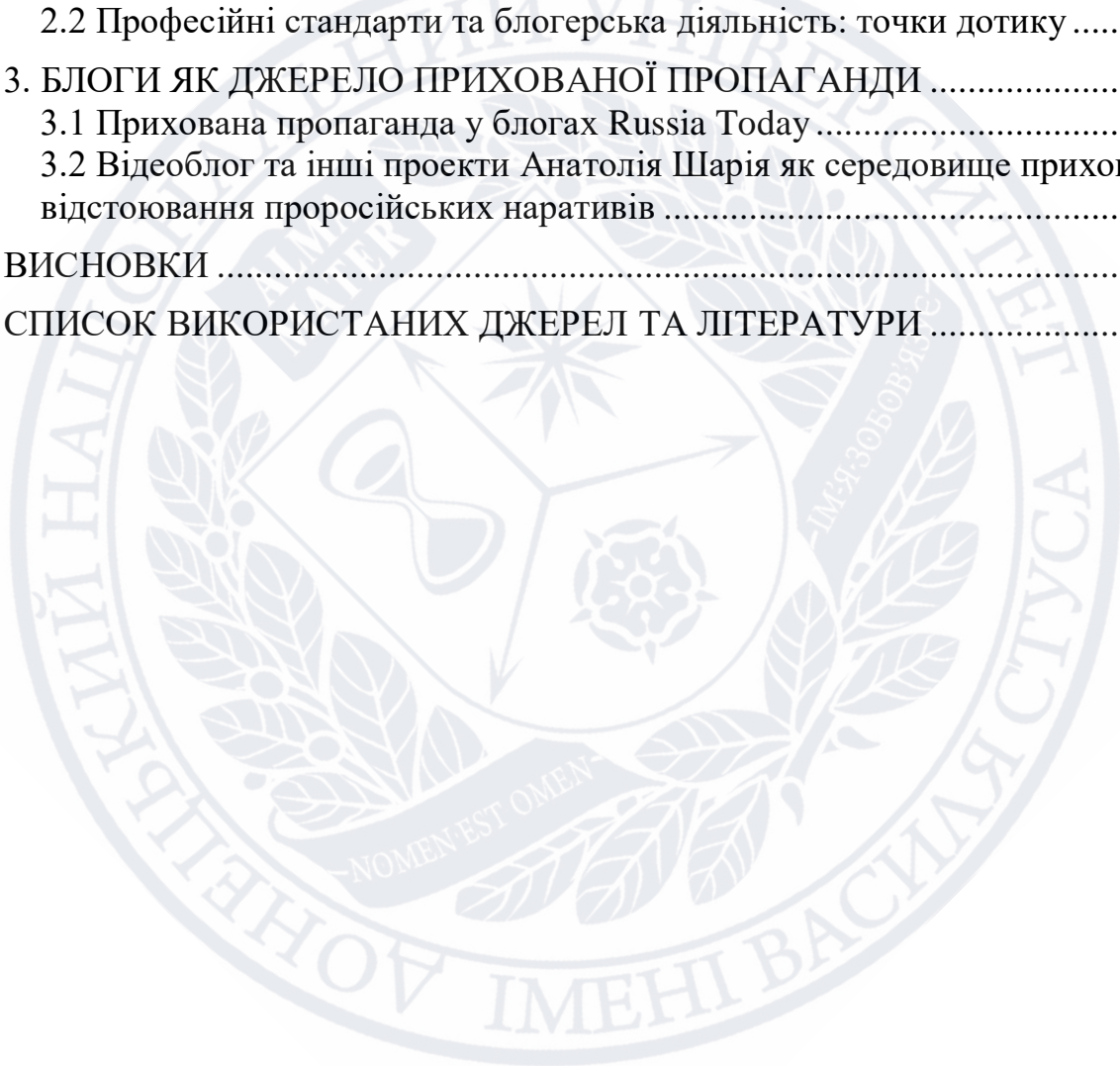
The paper highlights the features of blogging as a phenomenon of mass communication. The reasons of violation of communication standards in political blogs are defined. Possible solutions of improving the quality of materials in political blogs are proposed. Pro-Russian narratives in blogs of various types are found.

Key words: *internet, blog, blogosphere, propaganda, manipulation.*

86 p., 139 s.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
1.ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ БЛОГЕРСТВА В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА.....	7
1.1 Коротка історія блогу як явища журналістики	7
1.2 Основні підходи до класифікації блогів.....	13
1.3 Роль блогінгу в політичній комунікації та пропаганді.....	17
2. БЛОГЕРСЬКА ТА ЖУРНАЛІСТСЬКА ДІЯЛЬНОСТІ: ТОЧКИ ДОТИКУ	25
2.1 Спільні фактори впливу в роботі журналістів та блогерів.....	25
2.2 Професійні стандарти та блогерська діяльність: точки дотику	32
3. БЛОГИ ЯК ДЖЕРЕЛО ПРИХОВАНОЇ ПРОПАГАНДИ	45
3.1 Прихована пропаганда у блогах Russia Today	45
3.2 Відеоблог та інші проекти Анатолія Шарія як середовище прихованого відстоювання проросійських наративів	54
ВИСНОВКИ	65
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ	71



ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Блог як явище масової комунікації досі привертає увагу дослідників з низки причин, головною з яких можна назвати популярність новомодного інтернет феномену серед потенційної аудиторії класичних ЗМІ. Результати щорічного опитування USAID-Internews «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа у 2020 р» показують стабільне продовження тенденції втрати населенням України довіри до традиційних медіа і її довіри до соціальних мереж [38].

Блоги – це вільне і незалежне медіа, доступне кожному, що в умовах нестабільної суспільно-політичної ситуації в Україні створює передумови для поширення в рамках цього медіа дезінформації та пропаганди. Однак, незважаючи на тривалість російсько-української війни, на нашу думку, питання використання блогу як інструменту пропаганди досліджено в недостатній мірі, що і зумовлює актуальність даної роботи, в якій блоги на політичну тематику буде перевірено на предмет прихованих пропагандистських наративів.

Об’єкт дослідження. Блоги політичної тематики українського та російського походження.

Предмет дослідження. Приховані пропагандистські наративи у блогах

Мета дослідження. Визначити характерні особливості блогінгу як явища масової комунікації, встановити причини порушення стандартів комунікації у політичних блогах, запропонувати можливі шляхи покращення якості матеріалів блогерів та виявити проросійські наративи у блогах різних типів.

Завдання. Досягнення поставленої мети потребує вирішення таких завдань:

- визначити подібні до блогів жанри в історичній перспективі, описати історію його появи, розвитку, поширення та зв'язку між блогерською діяльністю з журналістською;
- узагальнити найбільш поширені визначення терміну «блог», визначити широту цього поняття за допомогою різноманітних підходів до його класифікації. Виділити з-поміж всієї різноманітності тем блогів політичні блоги для подальшого аналізу та моніторингу;
- встановити, як виникнення та популяризація блогінгу трансформували політичну комунікацію та послабили позиції класичних медіа;
- проаналізувати та встановити спільні фактори в роботі журналістів та блогерів, відмінності в яких впливають на кінцевий результат. Виділити ті аспекти діяльності блогера, які створюють передумови для маніпуляцій та поширення пропаганди;
- виділити загальні для професій, що передбачають соціальні комунікації, етичні норми поведінки та на їх основі сформувати для блогерів професійні стандарти, які повинні зберегти їхні особливості та унікальність і підвищити якісне наповнення блогових матеріалів;
- виділити характерні особливості необ'єктивної подачі інформації пропагандистськими ЗМК та способи порушення професійних стандартів комунікації на прикладі Russia Today. Довести тезу про те, що ці наративи повторюються і блогерами, яким RT дає медійний майданчик, а тому використовує блогерів лиш для формування ілюзії плюралізму думок;
- проаналізувати конструювання проросійських наративів у блогах популярного блогера українського походження Анатолія Шарія.

Методи дослідження:

- аналітичний;
- описовий;
- порівняльний;
- обробка і узагальнення даних;

- прогностичний;
- моніторинг;
- контент-аналіз;

Наукова новизна дослідження. У роботі створено нову класифікацію онлайн-блогів, яка розділяє їх за кількістю обмежень платформи, де блог розміщується. Створено класифікацію блогів за за кількістю обмежень платформи. Також сформовано стандарти діяльності для блогерів, виділено приховану пропаганду та маніпуляції, які розповсюджується блогерами в рамках онлайн-видання Russia Today. Підтверджено використання аналогічних проявів необ'єктивної подачі інформації в рамках діяльності блогера А. Шарія.

Практичне значення отриманих результатів. Отримані під час дослідження результати мають практичне у сфері блогерства, нових медіа та журналістики, а також вони будуть корисними при підготовці тез доповідей на науково-практичних конференціях.

Апробація результатів дослідження. Результати першого розділу роботи використовувались під підготовки звіту науково-дослідної практичної підготовки.

Структура роботи. Розробка даної проблематики буде проводитися в дипломній роботі поетапно. Вирішення завдань, що постали перед нами, зумовили й структуру роботи. Робота складається зі вступу, III розділів, які поділяються на VII підрозділів, висновків та списку використаних джерел. Загальна кількість сторінок: 86. Обсяг основної частини роботи: 70 с.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ БЛОГЕРСТВА В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

1.1 Коротка історія блогу як явища журналістики

Блог – це молодий інтернет-феномен [1, с. 22], веб-сайт, на якому на регулярній основі автор записує свої думки, ділиться досвідом або висвітлює певну тему [2], середовищем розповсюдження блогу є всесвітня мережа інтернет [1, с. 22]. Дослідник В. Недбай стверджує, що блог синтезує у собі практики як споживання інформації, так і комунікації [3, с. 156]. Хоч стрімкий розвиток блогу став можливим завдяки поширенню всесвітньої мережі, цей вид діяльності, на думку деяких дослідників [4, с. 11-14], має спільні ознаки з деякими жанрами журналістики, переважно публіцистичними. Тому вважаємо, що виклад історії виникнення та поширення блогу як явища журналістики буде неповним без згадки про формати, які були попередниками блогу, виконуючи схожі функції задовго до його зародження сучасного інтернет-феномену.

Перші блоги виникли незадовго після створення відкритого інтернету, що мало свій вплив на їх тематичне наповнення. Частина інтернет-користувачів, яких згодом назвуть блогерами-першопроходьцями, описувала на особистих сторінках власні досвід та враження від пізнання всесвітньої павутини. До числа цих першопроходьців, наприклад, відноситься американець Й. Баргер, який з 1997 року почав вести особистий блог під назвою Robot Wisdom Weblog. Автор регулярно наповнював свій ресурс описами власного досвіду веб-серфінгу [5]. Детальні хронологічні записи, у форматі яких Й. Баргер вів свій блог, споріднюють його не з публіцистикою, а радше з судновими та бортовими журналами. Тобто для частини піонерів у сфері ведення онлайн-щоденника він був способом описати процес використання інтернету, який сприймався авторами як подорож, деталі якої можуть мати значення для інших [4, с. 12].

Деякі блоги у всесвітній мережі частково чи повністю присвячені збору та упорядкуванню інформації, що споріднює їх з пражурналістськими явищами, що існували зокрема у Стародавньому Римі, а саме з діяльністю так званих «римських прарепортерів». Переважно ними були освічені незаможні працівники, або ж раби, які збирали міські новини, відбирали найголовнішу інформацію, записували її та надсилали своїм господарям чи замовникам, які опинились у провінції та цікавились подіями зі столиці [6, с. 123]. Ще одним подібним «предком» блогу як збірника упорядкованої інформації були конспекти учнів епохи Відродження, до яких вони записували важливі та значні епітети, фрагменти, фрази, афоризми з прочитаного. Учні вели ці конспекти більшою мірою не заради того, щоб запам'ятати матеріал, а щоб завжди мати його в наявності, вони були «...способом просіювання та класифікації питання вивчених текстів, а також системою пошуку інформації [4, с. 12] ».

Відкритість блогу до зворотного зв'язку та його доступність в якості медійного майданчика для практично необмеженого кола осіб, навіть найбільш маргінальних рухів, робить блог ефективним інструментом політичного протесту, що споріднює його з жанрами політичної журналістики, наприклад, з коментарем та памфлетом. Саме в рамках цих жанрів публіцистики у XVII-XVIII століттях висловлювався політичний протест і пропаганда, поки малочисельні європейські часописи обмежувались в роботі численними факторами впливу, головним з яких є цензурні утиски. Індустріалізація газет і ослаблення королівської цензури створили передумови для того, щоб поширення політичної думки значною мірою взяла під контроль корпоративна журналістська преса, однак вона все ж може страждати як від цензури, та і від самоцензури. Виникнення можливості масового висловлення політичних коментарів відбулось з виникненням блогів, незалежність яких від корпоративних медіа розглядається як істотний елемент їх цінності. Дослідник Е. Салліван називає блог «видавничою революцією», під час якої автори стали

самі собі редакторами і видавцями, а також здобули прямий доступ до своєї аудиторії [4, с. 13].

Властива блогам суб'єктивність, практично необмежена влада автора над наповненням блогу та оновлення контенту у хронологічній послідовності споріднює блог з представником літературно-побутових жанрів – щоденником. В окремий жанр вони сформувались, на думку істориків, наприкінці XVI століття. Щоденник характеризує послідовний виклад автором свого внутрішнього і зовнішнього досвіду, і, як і у блогах, тематичні рамки щоденника надзвичайно еластичні, адже у ньому автор може змальовувати будь-яку тему: подорожі, роботу, спорт. Саме щоденник можна назвати тим жанром, який найбільш часто згадується у розмовах про родові жанри блогів і саме це слово часто фігурує у назвах блогерських платформ, наприклад у LiveJournal [4, с. 13].

Як вже було сказано, середовищем поширення онлайн-блогів є інтернет, який створив революцію у сфері масової комунікації. Завдячуючи всесвітній мережі, на думку дослідника масових комунікацій та доктора філологічних наук В. Різуна, наступив електронномедійний етап розвитку масової комунікації, попередником якого був аудіовізуальний етап, який визначили масове використання радіо та телебачення. Ключові особливості нового етапу масової комунікації втілюються головною мірою у соціальних мережах та при комунікації аудиторії з блогером та між собою, адже тоді і виникає масове віртуальне спілкування, кожен учасник якого має рівні з іншими можливості впливу на масу, а також може швидко змінювати власну роль у комунікації [7, с. 20].

Інтернет у якості нового простору для комунікації став доступним для рядових користувачів у 90-х роках XX ст., до цього часу розвиваючись в університетах та військових об'єктах США. До липня 1996 року кількість інтернет-користувачів зросла у тисячу разів у порівнянні з 1990 роком і сягала 150 00 осіб [8, с. 21]. На початку 2021 року людей, що користуються всесвітньою мережею, було вже 4.66 мільярди. Кількість користувачів

інтернету зростає не лише у абсолютних, а й у відносних величинах: за 2020 рік їх стало більше на 7,3%, в той час як населення планети зростає в середньому на 1% у рік [9]. Зростання аудиторії блогів та їх розвиток тісно пов'язані зі збільшенням кількості інтернет-користувачів та проникненням всесвітньої мережі у сфери життя суспільства [10]. За інформацією пізнавального онлайн-ресурсу WebsiteSetup, у 1999 році інтернет містив 23 блоги. У 2021 році, за підрахунками ресурсу, їх близько 600 мільйонів [11].

Питання про те, кого можна вважати першим блогером, наразі залишається дискусійним та недостатньо дослідженим. Ймовірно, через розмитість самого терміну «блог» та відсутність речових доказів існування інтернет-явищ. У статті «Блог як феномен політичної комунікації» В. Недбай пише про виникнення перших блогів у сучасному розумінні терміну в 1997-1998 роках [3, с. 156], однак один з американських піонерів блогерської діяльності Д. Холл вів власний онлайн-щоденник, ще з 1994 року, що дає підстави частині медіа та дослідників вважати його одним з перших блогерів [12].

Термін «блогосфера», який означає сукупність всіх блогів всесвітньої мережі, з'явився у 1999 році, спочатку в якості жарту: «...Прощай, кіберпростір! Привіт, всесвіт! Блогосфера? Блогмос?..» [13]. Також 1999 рік ознаменувався створенням Blogger – першої безкоштовної служби для ведення блогів, яка значно спрощувала користувачам створення та роботу над власним блогом, адже не вимагала для цього глибоких пізнань у програмуванні [14, с. 360].

У 2000-х роках блоги зарекомендували себе як «безконтрольні, інтерактивні, швидкісні засоби масової комунікації» [15, с. 121], які, за умови більшої розповсюдженості, могли скласти конкуренцію класичним медіа у боротьбі за увагу аудиторії. Відомі прецеденти виконання блогерами функції соціальної критики, часом вони були в цьому навіть ефективнішими представників класичних медіа. Наприклад, у 2002 році в США блогерські публікації звернули увагу на неоднозначні заяви сенатора-республіканця Т.

Лотта, який на святкуванні дня народження однопартійця С. Термонда хвалив останнього та відкрито шкодував, що той так і не зміг стати президентом під час американських президентських виборів у 1948 році. Заяви Т. Лотта блогери оцінили неоднозначно, адже возвеличений ним С. Термонд у часи тієї передвиборчої кампанії активно виступав за продовження політики расової сегрегації, тому і слова Т. Лотта можна було трактувати як непряму підтримку расизму. Класичні ЗМК не звернули на ці висловлювання гідної уваги, однак численні публікації блогерів спровокували політичний скандал, який змусив Т. Лотта через два тижні після сумнозвісної вечірки покинути пост лідера республіканської більшості у Сенаті [16].

Також ініціативу по висвітленню подій другого іракського конфлікту перехоплювали особисті блоги звичайних американських солдатів, які брали участь у бойових діях. У своїх дописах вони ділились власними враженнями, переживаннями та досвідом, які демонстрували читачам картину війни, відмінну від тієї, що описувалась офіційною пресою та підконтрольними адміністрації США пропагандистськими інструментами [3, с. 158]. Один з солдатів-блогерів, С. Пекс, навіть опублікує свої записи у вигляді книги [1, с. 22].

О. Михайлова у статті «Блогосфера як інструмент соціокультурних трансформацій в сучасній Україні» стверджує, що українська політична блогосфера почала активно розвиватись від 2005-2006 рр, і процес розвитку українських блогів в ті роки нагадував російський, однак з деяким відставанням. Позитивний вплив на вітчизняну політичну блогосферу мали події Помаранчевої революції, які дали поштовх до розвитку тодішньому громадянському суспільству, що відобразилось і на користувачах інтернету. Вони в той час, за словами дослідниці, були найдемократичнішою частиною українського суспільства. Впродовж наступних кількох років вітчизняна політична блогосфера фактично наздогнала і розвивалась синхронно блогосфері найбільш медіатизованих держав [17, с. 131].

У 2006-2007 рр. всесвітня блогосфера стала достатньо поширеним та помітним явищем, щоб на нього звернули увагу більш традиційні медіа. Почався своєрідний симбіоз нових і старих медіа: поважні часописи наймали блогерів для роботи на власних сайтах, на яких почали відкриватись присвячені блогам спеціалізовані розділи. Блоги стали однією з визначальних рис оновленого дизайну онлайн-медіа. Веб-сайти видань The Economist, Financial Times, Le Figaro, Vanity Fair та інші саме в ті роки почали додавати розділи з блогами, знайомлячи власну аудиторію з новими незалежними блогерами. Так як тоді розвиток української блогосфери фактично відбувався синхронно зі світовим, тренд на висвітлення блогерів підхопили і вітчизняні видання. Видання Кореспондент додало на свій сайт розділ з блогами у 2006 році, «Українська Правда» – у 2007, приблизно тоді ж тренд підтримали «Новинар», «ЛПГА», «Лівий берег», «Український тиждень» та інші медіа [17, с. 131].

Серед перших українських авторів публікацій у розділах з блогами на онлайн-сторінках вітчизняних ЗМІ були письменниця О. Забужко, журналісти Д. Гордон, М. Найем, С. Лещенко та О. Притула, політична діячка І. Луценко, політтехнолог О. Медведєв, А. Аваков, що тоді обіймав посаду голови Харківської ОДА, лідер партії ПОРА В. Касків та інші суспільно-політичні діячі тогочасної України [3, с. 160].

Виникнення та проникнення інтернету у всі сфери життя суспільства створили передумови для чергової трансформації масової комунікації. Традиційні медіа, до яких відносяться друковані та аудіовізуальні ЗМІ, повинні трансформуватись під тиском нових умов, де вони більше не мають монополії на поширення важливої суспільної інформації, адже багатомільйонні інвестиції у розбудову необхідної інфраструктури, значні бюджети, професійна підготовка та досвічений авторський склад редакцій більше не є гарантованою запорукою успіху виробленого контенту в аудиторії, яка тепер може легко надати перевагу звичайним блогерам. Це і є нова реальність, у якій традиційні медіа повинні шукати новий контакт зі своїм

реципієнтом, більш ширий та рівноправний, а дослідники – аналізувати і фіксувати всі ці зміни.

Отже, розвиток масової комунікації, а тому і журналістики, тісно пов'язаний не лише з науково-технічним прогресом, але і з критичною необхідністю відповідати інформаційним запитам аудиторії, як і йдеться у масовокомунікаційній теорії використання та задоволення. Блоги є цілком органічним продовженням тенденції масової комунікації до прийняття форми, яка є найбільш зручною для аудиторії. Однак перед тим, як досліджувати питання відповідності блогів стандартам комунікації та порівнювати їх з журналістськими матеріалами, ми повинні розглянути блог у контексті широти його змістовних та формальних жанрових рамок, адже журналістика такими рамками обмежена.

1.2 Основні підходи до класифікації блогів

Інтернет, а тому і блогінг, який є його невід'ємною частиною, впродовж порівняно короткого проміжку часу швидко завоював популярність у суспільстві, в тому числі зацікавивши частину аудиторії традиційних медіа. Ці обставини спровокували хвилю нових наукових дискусій, учасники яких намагались осмислити, як саме блог трансформує медійний ринок, яке майбутнє чекає на класичну журналістику та яке місце у сфері масової комунікації буде у традиційних медіа, для яких блоги – це конкурент за увагу аудиторії [1, с. 23].

Намагаючись дати відповідь на актуальні питання про ідентифікацію блогерів, деякі дослідники обережно зараховують їх до журналістів, називаючи «громадянськими журналістами» [1, с. 22]. Однак і досі однією з основних проблем вивчення блогів залишається майже неосяжна широта цього поняття, що лише підтверджує велика різноманітність підходів до їх класифікації.

Блог розповсюджується в мережі інтернет, що дає йому можливість існувати не лише у текстовій, а й у інших мультимедійних формах, що є

підставою для виникнення класифікації блогів *за панівною формою подачі інформації*. Поділяють їх на текстові блоги, відеоблоги, аудіоблоги, фотоблоги та блоги змішаного типу [18, с. 78].

Мультимедійність є важливою ознакою блогу як явища журналістики. Деякі дослідники, наприклад, К. Р. Міллер та Д. Шепхед, називають мультимедійність блогів однією з трьох головних ознак, що надають блогу жанрової суб'єктності і є підставою до зарахування його до числа так званих «кібержанрів» [19, с. 54].

У часи обмеженого доступу суспільства до всесвітньої мережі авторами перших інтернет-блогів переважно були незалежні ентузіасти, однак блогосфера у її теперішній ітерації вийшла за межі виключно індивідуального авторства. Тепер за блогом може стояти як єдиний автор, так і ціла редакція, структура якої нагадує журналістську. Тому маємо підстави говорити про класифікацію блогів *за авторським складом*, яка поділяє їх на *особисті, групові та суспільні*. Автором особистого блогу є окремий індивід, авторство групового блогу належить цілому авторському колективу, а суспільний блог з-поміж інших вирізняє доступність авторства для широкого кола осіб [3, с. 158].

Існує також класифікація блогів *за змістом*, вона поділяє їх на дві великі групи: на *загальні та тематичні* [3, с. 158]. Блог загальної направленості не обмежує себе чіткими тематичними рамками, тому його наповнення обмежується не стійкою тематикою, а лиш бажанням автора. А тематичний блог зазвичай концентрується на створенні контенту та висвітленні чіткої та визначеної тематики.

Як і будь-який журналістський текст, блоги можна класифікувати *за тематикою* [18, с. 78]. І оскільки тематика блогу прямо залежить від запитів аудиторії та особистих інтересів блогера, тематичні рамки блогів обмежуються не самим поняттям блогу, а переліком тем, комунікація на які наразі актуальна у суспільстві.

Переважна більшість майданчиків для ведення блогу (відеохостингів, соціальних мереж, блогових платформ), представлених у мережі інтернет, є анонімними, адже не вимагають паспортних даних при реєстрації і не обмежують право користувача володіти більш ніж одним обліковим записом. Така свобода та зручність мають негативні наслідки, адже відсутність необхідності верифікації блогу роблять можливим ведення анонімного блогу, а тому і дає нам підстави до класифікації блогів ще й *за відкритістю авторства*: на блоги з відкритим автором, анонімні блоги та *фейкові блоги* (автори яких видають себе за інших людей). Однак варто також вказати, що наразі деякі з популярних соціальних ведуть боротьбу з фейковими блогами за допомогою верифікації облікових записів своїх найбільш відомих користувачів [20].

Інтернет у ролі середовища поширення блогів надає йому різноманітні ресурси розміщення, які є причиною для існування ще однієї класифікації, вже *за середовищем розміщення*. Блогери можуть вести свою діяльність *на власному веб-сайті*, в рамках *спеціальної рубрики* в одному з онлайн-медіа, *на спеціалізованій платформі* для блогерів, *у соціальній мережі*, *у месенджері* та *ін* [18, с. 78].

Блогер вільний у публікації як власного контенту, так і запозиченого, тому блоги класифікують *за особливостями змісту* [18, с. 78], або ж за унікальністю контенту. Таким чином поділяють їх на *блоги з оригінальним контентом* і *блоги з запозиченими матеріалами*, до яких зокрема відносять різноманітні агрегатори новин.

Одних з вирішальних чинників, що відрізняють блогера від журналіста, є значна незалежність першого від зовнішнього впливу на свою роботу. Одним з небагатьох чинників, що здатні вплинути на процес ведення блогу, є внутрішні правила веб-сайтів, на яких блогер поширює свій контент. Саме посиляючись на ці правила платформи блог може цензуруватись або навіть видалятися у випадку порушення цих норм поведінки. Внутрішні правила відрізняються у різних платформах, що дає нам підстави виділити власну

типологію блогів, тепер за кількістю обмежень платформи, де вони розміщуються:

- *Блоги в онлайн-ЗМІ.* Ці блоги існують у рамках відведених для них розділів на веб-сайтах класичних засобів масової комунікації. Офіційний веб-сайт сучасного ЗМІ часто надає майданчик для висловлення блогерам, однак залишає за собою право проводити їх відбір. Зазвичай роль блогера у відповідних розділах беруть на себе відомі журналісти, політики, активісти, громадські діячі або юристи, тому про властиву соціальним мережам рівність голосів всіх і кожного говорити не доводиться. Однак жертвуючи в якійсь мірі плюралізмом, веб-сайти ЗМІ надають найвищу надійність і достовірність інформації у своїх блогах, адже самостійно верифікують особистість автора і відсіюють самозванців, а також, фактично контролюючи медійний майданчик, мають можливість змушувати авторів дотримуватись як внутрішніх правил та стандартів, так і загальноприйнятої суспільної моралі у своїх текстах;
- *Блоги у соціальних мережах.* Зазвичай належить громадським активістам, політичним оглядачам, аналітикам. Відрізняються від попереднього типу відсутністю контролю з боку адміністрації класичного ЗМК, тому і визначення достовірності авторства та перевірка тексту на предмет маніпуляцій стає завданням читача. Хоч над блогером в соціальній мережі немає редакторської влади, адміністрація сайту все ще може приховати або видалити запис, обмежити доступний автору функціонал та навіть заблокувати блогера, якщо буде вважати, що його контент суперечить правилам внутрішнім правилам поведінки платформи.
- *Блоги на власних веб-сайтах блогерів.* У цьому типі середовища розміщення блогу його власник сам виступає собі і редактором, і адміністратором майданчику. Однак забезпечуючи себе максимальною незалежністю, блогер створює передумови для безконтрольного

порушення стандартів комунікації, адже їм не зможуть завадити зовнішні чинники.

Отже, наявні підходи до класифікації підтверджують широкі змістовні та формальні рамки блогу. З рівною легітимністю до блогу може відноситись як подкаст про ефективність медичної реформи, так і відео з підбіркою кулінарних рецептів. Питання справедливості існування термінів «блог» та «журналістика» у одному асоціативному ряду є складним не лише через те, що «блог» – це поняття набагато більш широке, ніж «журналістика», а й через те, що журналістську роботу визначають об'єктивні якісні критерії, а блог визначає більшою мірою спосіб подачі будь-якої інформації. Саме сукупність як спільних, так і протилежних ознак блогу та журналістики досі приваблює увагу дослідників до цього питання. Адже блоги достатньо достатньо схожі на журналістику, щоб обговорювати їх тотожність у деяких аспектах, але все ж недостатньо близькі для того, щоб вступити в симбіоз та злитись в єдине поняття.

1.3 Роль блогінгу в політичній комунікації та пропаганді

Необхідність аналізу виключно блогів на суспільно-політичну тематику на предмет відповідності стандартам комунікації змушує нас докладніше поглянути на блог як соціальне явище у контексті його ролі у політичній комунікації.

Політика традиційно слідує за своїм електоратом [21, с. 121], намагаючись йти в ногу з часом у своїх спробах здобути прихильників, тому факт трансформації політичної комунікації з виникненням вільного онлайн-спілкування є цікавим для дослідження. Особливої уваги заслуговують конкретні зміни у комунікації політиків з громадянами в нових умовах, вплив вільного каналу комунікації, який існує в інтернеті, на демократичні процеси, та небезпеки, які чекають на суспільство з підвищенням медійності деяких маргінальних спільнот. Трансформація політичної комунікації блогосферою, як і сам блогінг, це широке питання, яке ми у рамках цієї роботи можемо

розглянути лиш поверхнево. Тому вважаємо доцільним виділити основні функції блогінгу на основі процесів, які він запускає або трансформує у політичній комунікації:

- Розвиток демократії [24, с. 166];
- Віртуалізація політики [31, с. 146];
- Поглиблення сприйняття політичної комунікації [22, с. 206]
- Медійна репрезентація маргінальних спільнот [17, с. 133]

Однією з головних особливостей, які визначають роль блогу у сучасній політичній комунікації, є їхня незалежність від урядів більшості держав, яка може стимулювати демократичні перетворення навіть як при авторитарних, так і демократичних режимах [24, с. 166]. Загрозу свободи слова, що дарує громадянам інтернет, розуміють і недемократичні режими, що проявляється у численних обмеженнях свободи в інтернеті [23]. При авторитаризмі блоги та соціальні мережі переймають функції, які повинні виконуватись традиційною журналістикою як соціальним інститутом. Для громадянського суспільства блоги є вільним від національних законодавчих обмежень та цензури джерелом інформації, а соціальні мережі слугують надзвичайно ефективним інструментом мобілізації населення та об'єднання його у спільноти [22, с. 208].

Ці властивості, хоч і не так помітно, проявляються і в державах зі стійкими демократичними інституціями. За словами С. Володенкова, існування блогів не лише сприяє трансформації авторитарних режимів в демократичні, а й поступово змінює саму демократію, сприяючи переходу від представницької демократії, де важливі державні рішення вирішують обрані для цього представники суспільства, до демократії співучасті, в якій важливі державні питання повинні будуть вирішуватись безпосередньо широкими верствами населення, які здійснюють комунікацію між собою та владою [24, с. 166].

Історія найбільш масових акцій протесту останнього десятиліття наповнена прикладами використання суспільством блогів у якості каналів

комунікації, коли традиційні медіа більше не слугували інтересам громадян. Саме виникнення терміну «Twitter Revolution» пов'язують з важливою роллю соціальних мереж у протестних акціях кінця 2000-х. років [25]. До найбільш відомих з таких протестних кампаній відносять події Арабської весни [26] та вітчизняного Євромайдану [27].

Ще одним актуальним прикладом використання блогу для демократичних перетворень в авторитарних державах є події протестної кампанії за чесні вибори у Білорусі 2020 року, під час яких звичайний канал Nexta у месенджері Telegram раптово став інформаційним та координаційним рупором протесту, поки підконтрольні авторитарному режиму традиційні білоруські медіа ігнорували події повстання [28]. Хоч Nexta і може здаватись онлайн-ЗМІ, насправді доцільніше зараховувати цей ресурс до блогу на соціально-політичну тематику, колективного за авторством, з унікальним контентом та розміщеного у соціальній мережі. Nexta хрестоматійно втілює поняття «громадянська журналістика», адже демонструє виконання функції соціальної критики людьми, які не мають прямого відношення до традиційних медіа [29].

До виникнення та поширення інтернету, блогосфери та соціальних мереж, одним з головних факторів успіху для політика були доступ або контроль традиційних засобів масової інформації, які, за необхідності, могли виступити його інформаційним рупором. Свобода ведення блогерської діяльності у мережі інтернет в значній мірі знівелювала цінність традиційних ЗМІ для політичних діячів, адже всесвітня мережа дає вільний доступ до комунікації з широкими прошарками населення будь-кому, кому він знадобиться [30].

О. Сахань так описав важливість зворотнього зв'язку у соціальних мережах при політичній комунікації: «...Встановлення постійного, нехай і віртуального, зворотного зв'язку в соціальній мережі між владою та частиною населення, яка займає активну громадську позицію, є важливим засобом іміджетворення, адже це репрезентує політика як активного громадського та

політичного діяча, надає можливість його презентації у світовій спільноті... » [31, с. 152]. Ці обставини роблять блогосферу зручним середовищем для підвищення популярності політиків, що притримуються харизматичного типу лідерства за М. Вебером [32].

Присутність політика у соціальних мережах та блогосфері дозволяє йому одночасно демонструвати виборцю як вседоступність, яку можна назвати основним елементом іміджу політичного суб'єкта, так і прямо просувати себе або партію. Просуваючи себе у онлайн-середовищі, політик повинен проявити свою унікальність, однак не відмовляючись від схожості на своїх виборців. Саме спільні риси політичних діячів та звичайних людей пробуджують у електорату довіру до політичного суб'єкта, і саме в соціальних мережах політику найлегше демонструвати ці спільні риси. Регулярно оновлюючи дописи сторінки, оперативно відповідаючи на питання, додаючи фотографії та проявляючи інші властиві соціальним мережам активності, він підвищує довіру до себе [22, с. 207].

Про ефективність використання блогосфери у політичних цілях та формування віртуального іміджу свідчить політичний шлях В. Зеленського, який у 2019 році зміг стати Президентом України на демократичних виборах, хоч до цих подій не займався політичною діяльністю. Віртуальний образ теперішнього президента був сформований задовго до початку передвиборчої кампанії комедійним серіалом, де ця особа виконувала роль Президента України. Сцени як з серіалу, так і з комедійного шоу В. Зеленського здобули високу популярність у соціальних мережах [33]. Передвиборчу кампанію Зеленського, під час якої активно використовувались соціальні мережі, відкрито критикували за експлуатацію віртуального образу персонажу телесеріалу [34].

Попередній очільник США Д. Трамп в якості свого основного медійного майданчика використовував власну сторінку в соціальній мережі Twitter [35], де неодноразово робив гучні заяви та критикував традиційні американські медіа. Обидва з перерахованих президентів активно використовували

соціальні мережі як до, так і після обрання на посаду, обидві особистості до президентства не мали безпосереднього відношення до державних апаратів, а також обох з них можна назвати лідерами-харизматиками, керуючись типологією політичного лідерства М. Вебера [32]. Політичний успіх В. Зеленського та Д. Трампа – це головна ознака того, як трансформувалась політична комунікація після виникнення блогосфери та поширення соціальних мереж.

Соціальні мережі, які є одним з основних середовищ розповсюдження блогів, за досить короткий проміжок часу увійшли у всі сфери життя суспільства. І ми можемо говорити не лише про розширення їхнього впливу на різноманітні сфери людської діяльності, а й все більшу роль онлайн-комунікації у житті кожного користувача. Соціальні мережі стають найважливішим соціальним інструментом, що найбільш актуально у великих містах та серед молодого частини населення. Тому наразі традиційні ЗМІ уступили лідерство по визначенню як соціального, так і політичного порядку денного соціальним мережам [22 с. 205].

Наразі саме в рамках онлайн-середовища у значній мірі формуються інформаційні приводи, в чому може критись небезпека для суспільства, адже представники блогосфери, які не завжди обмежуються формальними правилами поведінки в своїй діяльності, нерідко порушують морально-етичні норми. Так, онлайн-середовище втілює свободу слова, однак право на нього ніхто не забороняє використовувати і зі злими намірами, а суспільство з владою досі не відкрили ефективних механізмів контролю над цією ситуацією [36, с. 129].

Але як змінюється роль громадянина у віртуальному інформаційному середовищі, що створене всесвітньою мережою? Він отримує більше влади. Розглядаючи роль інтернету в підтримці демократії, дослідники констатують відновлення ним можливості громадян індивідуально впливати на уряд та його політику. Всесвітня мережа не лише забезпечує громадянам можливість спілкуватись з урядом безпосередньо, а також послаблює владу власників

класичних ЗМІ на суспільство. Соціальні мережі дозволили широкому спектру громадян безпосередньо спілкуватись з політичними лідерами, отримуючи більш особистий та якісний досвід політичної комунікації, що вони отримали б через класичні ЗМІ. На думку М. Вершиніна, це сприяє залученню цих осіб до політики [37].

Лідерство соціальних мереж у якості основного інформаційного середовища для українців підтверджують статистичні дані. Опитування Результати щорічного опитування USAID-Internews «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа у 2020 р.» свідчать, що ще у 2019 році соціальні мережі та онлайн-медіа перехопили лідерські позиції по увазі аудиторії у телебачення [38, с. 6-8].

Закритість класичних медіа у якості майданчика самовираження для всіх, хто цього забажає, в деяких випадках може нести користь для суспільства, адже одним з потенційно небезпечних проявів практично необмеженої свободи слова, яку онлайн-середовище дарує кожному, хто забажає висловитись, є можливість маргінальних спільнот вести масову комунікацію [17, с. 133], наприклад, з метою набору прихильників, просування деструктивних ідей та шахрайства. Вкотре підтверджується теза про те, що інтернет – це не існуюча на принципах взаємоповаги вільна зона для спілкування та організації, а скоріше «глобальне сміттєзвалище», у якому якісний контент та блогерів користувачеві доводиться відшукувати та перевіряти самостійно, в той час як у класичних медіа функцію фільтрування інформаційного продукту для аудиторії беруть на себе кваліфіковані працівники.

Зокрема блог організації «Аум сінрікьо», яка підпадає під визначення тоталітарної секти та влаштувала найбільш масштабний теракт в історії Японії в 1995 році [39], був доступним на блогерській платформі Live Journal станом на 2019 рік [40]. Там зокрема розповсюджувався відмінний від світових ЗМІ погляд на теракт у метро Токіо [17, с. 133]. Також на будь-якій з популярних серед російськомовного населення соціальних мереж активно діють

спільноти, присвячені героїзації підтримуваних РФ терористичних формувань у окремих районах Донецької та Луганської областей, виправданню анексії АР Крим [41], [42], [43].

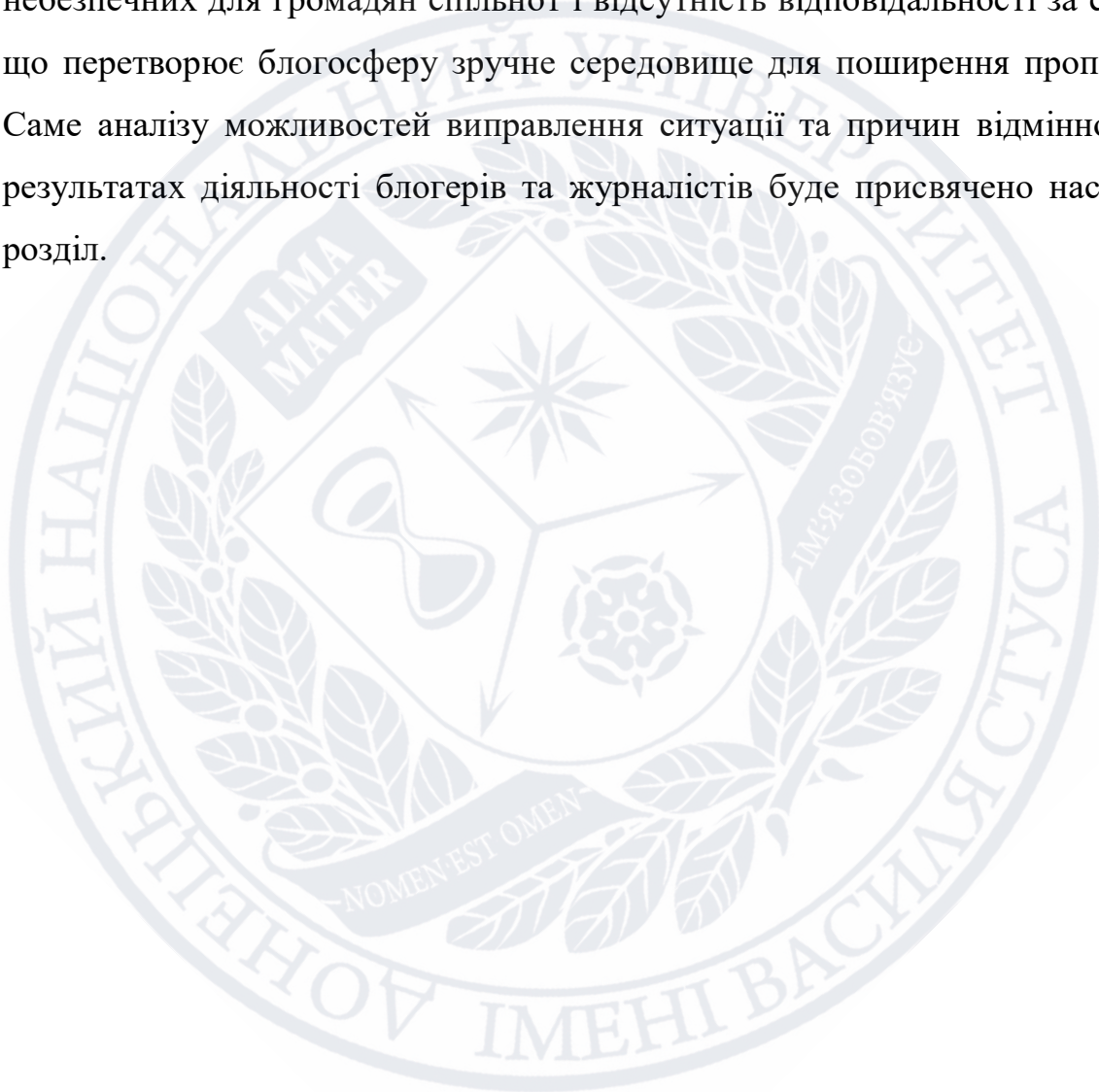
Деякі журналісти згадують і негативні аспекти участі блогосфери у політичній комунікації, адже блогери можуть виступати в ній в якості розповсюджувачів пропаганди. Наприклад, у публікації під назвою «Бій не заради слави. Як китайські блогери пропагують націоналізм і борються з Заходом» авторства Т. Вонг, опублікованій на BBC Ukrainian 11 листопада 2021 року автор звертає увагу на популяризацію націоналістичних настроїв у молодих блогерів з Китаю, які розповсюджують наративи партійної пропаганди КНР на аудиторію, яка все більше віддаляється від класичних медіа [44].

Не варто забувати і про роль блогерів у російсько-українській війні, СБУ неодноразово викривала зв'язок інтернет-знаменитостей, що обрали тематику українського суспільно-політичного життя, та спецслужб країни-агресора. Одним з таких блогерів є А. Шарій, суть звинувачень до якого Служба безпеки України описала так: «Пропагандист займався дискредитацією державної політики України, умисно і цілеспрямовано поширював маніпулятивну, викривлену інформацію щодо урядових ініціатив і подій на сході країни...» [45].

Отже, соціальні мережі та блогосфера трансформували політичну комунікацію, змінивши ключові аспекти її ведення як для політиків, так і для рядових громадян. Останні отримали ефективну зброю проти авторитарних режимів та звичайного висловлення соціальної критики – блог, вільний канал комунікації, який доступний широким прошаркам населення. Політики тепер повинні більше уваги приділяти власному унікальному медійному образу, але публічно демонструвати схожість зі своїм електоратом. Громадяни отримали більше прав у політичній комунікації, тепер вони є її активними учасниками, а не пасивними спостерігачами. Свою вигоду отримали і маргінальні спільноти: поки суспільство не може боротись за етичне наповнення

соціальних мереж, свободу мовлення в них реалізують терористичні організації, деструктивні секти, шахраї.

Ми можемо констатувати, що не можна однозначно позитивно або однозначно негативно оцінювати зміни, які принесла за собою онлайн-комунікація, однак можемо чітко виділити ті її деструктивні аспекти, з якими суспільство повинне боротись: надання медійного майданчика для небезпечних для громадян спільнот і відсутність відповідальності за сказане, що перетворює блогосферу зручне середовище для поширення пропаганди. Саме аналізу можливостей виправлення ситуації та причин відмінностей у результатах діяльності блогерів та журналістів буде присвячено наступний розділ.



РОЗДІЛ 2

БЛОГЕРСЬКА ТА ЖУРНАЛІСТСЬКА ДІЯЛЬНОСТІ: ТОЧКИ ДОТИКУ

2.1 Спільні фактори впливу в роботі журналістів та блогерів

Блоги є сучасним інтернет-феноменом [15, с. 117], та медіа, яке, завдяки своїй інноваційності, вираженій у розмитості меж між меседжем та комунікацією, наданні безпрецедентної свободи дій для автора повідомлення та знеціненні статусних обмежень для доступу до «четвертої влади» [17, с. 130], згуртувало навколо себе молодий, але активний науковий дискурс [1, с. 22] [15, с. 118]. «Чи є блогери громадськими журналістами?» [1, с. 22], «До яких жанрів відносити мережеві тексти? Якщо так, то за якими ознаками?» [19, с. 54], «Чи знищить класичну журналістику більш доступне та близьке частині аудиторії блогерство?» [46], – це лише незначна частина з об'ємного переліку питань, на які намагаються знайти відповідь у своїх дослідженнях медійники вже третє десятиліття.

Відмова від сприйняття блогів як однієї з форм втілення журналістики може мати не лише суб'єктивні, але і об'єктивні причини. Адже блогером може стати будь-який громадянин, а от журналісти перед початком роботи проходять певну освітню підготовку (близько половини журналістів, що працюють у редакціях класичних медіа, мають фахову вищу освіту) [1, с. 22], професійні журналісти повинні притримуватись у своїй роботі стандартів журналістики та журналістської етики [46], нерідко йти на компроміси з керівництвом, дозволяючи, наприклад, редакторське втручання в свої роботи [51], а також в окремих випадках наражати на небезпеку своє життя та здоров'я [52], коли блогерам для уваги аудиторії не доводиться приймати такі умови роботи.

Як вже було сказано, надзвичайно широкі рамки блогу та вузькі якісні рамки журналістського матеріалу диктують блогерам та журналістам різні умови роботи, що прямо впливає на результати їх роботи і є причиною

численних відмінностей між ними. І саме у відмінностях у спільних аспектах роботи журналістів та блогерів ми вбачаємо причини відмінностей у їх матеріалах. Тому щоб встановити, чи зможе колись блогерство повністю замінити журналістику, задовольнивши запити її аудиторії, ми повинні проаналізувати весь процес їх створення з точки зору авторів, виділяючи схожості та відмінності між спільними для них факторами впливу на робочий процес.

Спільних факторів впливу на діяльності як блогерів, так і журналістів є велика кількість, тому в рамках цієї роботи ми поділяємо ці фактори на дві категорії, до першої з яких нами відносяться внутрішні фактори, тобто ті, що залежать конкретно від особистих масового комуніканта:

- Мотивація до діяльності;
- Відповідальність за власні дії.

До другої категорії ми відносимо зовнішні фактори, прямий контроль блогера чи журналіста над якими не є можливим:

- Свобода в діях;
- Правове регулювання діяльності;
- Конкуренція;
- Сприйняття суспільством;
- Вплив аудиторії;
- Технічні особливості каналу комунікації;
- Локальний контекст.

Мотивація. Робота журналістів у редакціях класичних ЗМІ має об'єктивний та однозначний стимул – службовий обов'язок, нагородою за виконання якого стають матеріальні блага у вигляді заробітної плати, а також гарантії того, що працівника, який виконує свої обов'язки, не звільнять. Це не означає, що журналістів не може мотивувати громадянський обов'язок та відчуття безпосередньої приналежності до важливого для демократичних суспільств соціального інституту. Однак факт наявності таких переконань та принципів в значній мірі залежить конкретно від особистих якостей кожного

індивіду, а от факт оплати їх роботи об'єктивно гарантується українським законодавством [53]. З блогерами ситуація складніша, адже принаймні на початкових етапах існування незалежного блогу його автор не отримує матеріальної винагороди за свою роботу, що споріднює блогерство з волонтерством. Створюючи власний блог, пересічний громадянин задовольняється можливістю висловитись на важливу для нього тему. Дослідник А. Хитров так описав мотивацію блогерів до ведення своєї діяльності: «Автором мережного щоденника рухає свого роду азарт від усвідомлення своєї експансивності. Щось подібне до інстинкту захоплення нових територій» [3, с. 156].

Відповідальність. У класичних медіа журналіст не є повністю вільним, наприклад, в інформаційних жанрах він не може висловлювати свою точку зору. Обмежучи певні свободи журналіста, ЗМІ несуть відповідальність за слова та дії своїх працівників. Розповсюдженням обмежуючим чинником при роботі журналіста є професійні стандарти – це результат багаторічного розвитку журналістики як соціального інституту, головною метою яких є захист суспільства від інколи шкідливого та маніпулятивного впливу медіа [54].

Найбільш відомим прикладом порушення цих правил є участь ЗМІ у геноциді, що відбувся в африканській Руанді в 1994 році. Там місцеве «Вільне радіо та телебачення тисячі пагорбів» відзначилось закликами до насильства та продовження геноциду. Деякі дослідження показують, що у місцях, де велось мовлення радіо, рівень насилля зростав в середньому на 10% [55]. Тому професійні етичні рамки просто змушують ЗМІ відповідати перед своїм реципієнтом та слугувати інтересам суспільства. Блогери таких зовнішніх обмежувальних чинників не мають, тому можуть поширювати практично будь-які ідеї та меседжі, а їх рівень відповідальності залежить від особистих якостей.

Свобода в діях. Як зазначалось вище, свободи журналіста можуть обмежуватись журналістськими стандартами, різноманітними кодексами

професійної етики, редакційною політикою та обмеженнями формату (для працівників теле/радіо/друкованих медіа). Журналістський матеріал часто є результатом колективної роботи цілої команди професіоналів, які несуть відповідальність за те, щоб створений журналістом матеріал не вийшов за рамки дозволеного.

У той час як блогера обмежувати може лише законодавство, внутрішні правила блогерської платформи, якщо такі існують, та власні уявлення про допустимість тих чи інших дій. Тому, хоч журналіст і знаходиться у більш «авторитарних» умовах влади редактора і є елементом у корпоративній ієрархії, колективна відповідальність та ймовірність покарання за недотримання стандартів з етикою роблять ймовірність поширення недостовірної інформації в журналістських матеріалах меншою, ніж в матеріалах блогерів, відсутність контролю дій над якими надає їм не лише практично необмежені можливості як у творчості, так і у маніпуляціях та пропаганді.

Великі свободи, які даруються авторові повідомлення блогерством, приваблюють до цієї діяльності не лише пересічних громадян, а й професійних журналістів. Наприклад, О. Білозерську, яка відкрито заявила, що через редакторські обмеження класичного медіа, в якому вона працювала, вона була змушена звільнитись з та перейти на блогерську модель розповсюдження свого контенту [56].

Правове регулювання. Українське законодавство у Законах України «Про інформацію» [57], «Про друковані ЗМІ (пресу) в Україні» [58], «Про телебачення і радіомовлення» [59], «Про інформаційні агентства» [60], «Про доступ до публічної інформації» [61] виділяє журналістів з-поміж інших громадян, надаючи їм як обов'язки, так і об'єктивні конкурентні переваги над іншими медійниками принаймні у доступі до інформації. Українське законодавство не відрізняє блогера від рядового громадянина. Однак закордонна судова практика має прецеденти визнання блогерів журналістами в окремих випадках. Наприклад, у 2014 році суд у США у справі «Obsidian

Finance Group v. Crystal Cox» поширив на блогера гарантії конституції, які раніше надавались виключно журналістам: «З виникненням інтернету і упадком друкованих та мовних ЗМІ... Кордон між ЗМІ та іншими людьми, які хочуть коментувати політичні і соціальні питання, стає все розмитішою», - йдеться в рішенні суду [62, с. 12].

Конкуренція. Аспект конкуренції не є очевидним, однак в роботі медійника його усвідомлення може впливати на якісні ознаки матеріалу. Друковані видання, радіостанції та телеканали існують у контексті постійної боротьби за аудиторію з іншими медіа, тому, жертвуючи репутацією, можуть привертати увагу реципієнта гучними заголовками, яскравими і шокуючими ілюстраціями, подробицями особистого життя знаменитостей, перетворюючи чужі таємниці на контент та втілювати тим самим у життя «жовту журналістику» [63].

Історія знає приклади, коли медіа, намагаючись отримати сенсаційний матеріал, шкодили людям як прямо, так і опосередковано. За однією з версій обставин загибелі члена британської королівської родини Д. Спенсер, саме намагання водія відірватись від переслідуючих автомобіль принцеси папараці стали причиною аварії, в якій вона загинула. Її брат назвав косвенними вбивцями редакторів видань, що щедро платили за зроблені папараці фото [64, т.к. 18:20]. Подібні прояви неетичної конкуренції лиш підсилюються у блогерському середовищі, яке за своєю природою більш доступне різним верствам населення та не обмежене в інструментах маніпуляції навіть формальними професійними нормами.

Сприйняття суспільством. Українська аудиторія демонструє стабільну втрату довіри до класичних медіа і поступово надає перевагу соціальним мережам як джерелу одержання інформації, як видно з результатів щорічного опитування USAID-Internews «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа у 2020 рр». Згідно з соціологічним дослідженням, де респондентам пропонувалось перерахувати медіа, з яких вони споживали інформацію протягом останніх 30 діб, українське телебачення втратило з 2015

року 33% аудиторії, радіо та друковані медіа – по 23%, виросла лиш популярність соціальних мереж – на 11% та новинних веб-сайтів – на 1%. Частота користування інтернетом стабільно збільшується: з 71% щоденних користувачів у 2015 році до 90% у 2020 [38, с. 6-8].

Вплив аудиторії. Пряма комунікація аудиторії з традиційним ЗМІ можлива лише під час прямих ефірів на радіо та телебаченні, однак тоді існує ризик цензурування інформації редактором, який контролює наповнення ефіру. Тому можемо констатувати різні рівні доступності комунікації зі своєю аудиторією. За словами О. Михайлової, комунікація в рамках соціальних мереж виходить на новий рівень та у блогосфері фактично розмивається різниця між новинним повідомленням і комунікацією [17, с. 136].

Тому можемо говорити про те, що комунікація в рамках соціальних мереж має численні переваги над комунікацією в рамках традиційних медіа. Перша комунікація є масовою і практично завжди доступною кожному, вона відбувається у публічному полі і мовець не має змоги її цензурувати і використовувати в якості маніпуляції. Блоги дають можливість аудиторії відреагувати на публікацію блогера по-різному. По-перше, користувач може лаконічно висловити своє ставлення до написаного за допомогою оцінки «лайк», сумарна кількість яких є об'єктивним показником сенсаційності або популярності допису блогу серед аудиторії. По-друге, блогер може дати можливість користувачеві залишити коментар, де той вже зможе вступити в дискусію з іншими читачами, докладно описати свої враження від роботи блогера та по-іншому скористуватись можливостями розширеного зворотнього зв'язку. Доступність блогера до комунікації з аудиторією дає їй можливість звернутись до нього задля суспільного розголошення конфліктної ситуації.

Наприклад, 22 липня 2021 року блогер С. Стерненко опублікував на своєму популярному YouTube-каналі відео під назвою «Новий мовний скандал. Чоловіка не взяли у Києві на роботу бо він україномовний» [65], у якому розповів своїй аудиторії про дискримінацію однією з київських

компаній людей за мовною ознакою. Дискримінована особа, за словами блогера, сама звернулась до нього та попросила про розголос. Станом на 18 жовтня 2021 року, відео подивились близько 147 тисяч разів.

Технічні особливості каналу комунікації. Над класичними медіа блогінг має безліч переваг, які обумовлені технічними особливостями інтернет-каналу комунікації. Легкий контакт з аудиторією та доступність блогінгу для широких народних мас ми вже згадували, однак нелишнім буде описати і соціальний феномен під назвою «Ефект Стрейзанд» [66] який призводить до того, що спроба приховати інформацію в інтернет-середовищі призводить до її більшого розповсюдження, що унеможливорює цензуру значних подій.

Втілення «Ефекту Стрейзанд» у вітчизняному контексті нещодавно продемонстрували кілька ситуацій. Наприклад, спроба В. Медведчука через суд заборонити книгу «Справа Василя Стуса» підвищила її популярність, адже активна громадськість висловлювала своє обурення цим фактом шляхом придбання книги [67]. Також завдяки інтернету став публічним скандал з ДТП, яке ймовірно скоїв депутат від «Слуги народу». Журналісти та блогери звернули увагу на те, що публікації про ДТП поступово почали зникати зі сторінок онлайн-видань, де вони були опубліковані. Згодом користувачі соціальних мереж знайшли та почали розповсюджувати видалені матеріали на цю тему, звинувачувати низку онлайн-ЗМІ в продажності та засуджувати поведінку депутата [68].

Вітчизняний контекст. Реалії сучасного світового медійного ринку ускладнюють роботу журналістів та знижують рівень довіри суспільства до журналістики як до соціального інституту, що автоматично змушує аудиторію шукати інформацію в інших джерелах, в тому числі і у блогерів. Норвезький дослідник П. Бредшо надає такий перелік чинників стресу для журналістів: занепад економічної моделі традиційних ЗМІ через перетікання грошей у інтернет, втрата монополії на розповсюдження важливої інформації, перехід інструментів в руки тих, кого раніше називали «аудиторією», нова модель поширення інформаційних потоків, яка робить ефективним поширення

інформації від людини до людини, а також втрату традиційними медіа довіри і авторитету [69].

В Україні всі ці проблеми накладаються на вітчизняний контекст існування медіа, який має власні проблеми. На думку журналістки Т. Попової, українським медіа заважають розвиватись обмеженість вітчизняного рекламного ринку, застарілі закони про політичну рекламу, прояви прямого впливу власника на редакційну політику, війна на Донбасі, пропаганда російських медіа та нереформованість правоохоронних органів та судів, які наразі неефективно захищають права журналістів [70]. Ці чинники, поєднуючись з загальносвітовим контекстом зменшення попиту на професійну журналістику та відтоку грошей від традиційних медіа, зменшують довіру до традиційних ЗМІ, ускладнюючи обставини їх існування та змушуючи аудиторію звертати увагу на альтернативні джерела інформації, серед яких у сучасному світі велику частку займають блогери.

Отже, робочий процес журналіста нерідко передбачає регулярні компроміси та розділення як обов'язків, так і відповідальності за результати роботи. Блогерську ж діяльність можна охарактеризувати як порівняно вільну від статусних обмежень, тому її результати у великій мірі залежать від особистих якостей, переконань та обізнаності автора. Блогери можуть висвітлювати будь-які теми без примусу, за власним бажанням, поки журналістами в традиційних медіа в першу чергу рухає службовий обов'язок. Свобода дії та відповідальність, доступні журналісту, у великій мірі залежать від внутрішніх правил та вимог медіа, в якому він працює, однак в будь-якому разі журналіст повинен дотримуватись загальнонаціональних професійних стандартів та етики. Незалежний блогер має непорівняно більше свободи дії, ніж журналіст, а питання відповідальності для нього залишається добровільним, адже блогерська діяльність практично не передбачає зовнішніх факторів, що примусять проявляти відповідальність за результати своєї діяльності.

Принаймні у доступі до інформації актуальне українське законодавство дає журналістам об'єктивні переваги над рядовими громадянами, до яких наразі зараховує і блогерів. Властиві традиційним медіа прояви недоброчесної конкуренції лиш підсилюються у блогерському середовищі, яке по своїй природі вільне від обмежень. Згідно з опитуванням USAID-Internews «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа у 2020 р., Українська аудиторія демонструє стабільну втрату довіри до класичних медіа і поступово надає перевагу соціальним мережам як джерелу одержання інформації. Блог, поєднуючи в собі практику споживання і комунікації, за природою своєю більш відкритий до зворотнього зв'язку, ніж традиційні медіа, комунікація з якими доступна лиш під час прямих ефірів та з можливим редакторським впливом.

Онлайн-середовище поширення блогів має безліч важливих особливостей, однак головною з них, що значно ускладнює можливі спроби цензурування інформації, є «Ефект Стрейзанд», який заважає приховати важливу інформацію від онлайн-користувачів. Однак сьогодні роботу українського журналіста у значній мірі ускладнює як загальносвітовий контекст зменшення довіри до професійної журналістики, так і низка вітчизняних обставин, що змушують потенційну аудиторію шукати інших джерел інформації.

Підсумовуючи, констатуємо, що блогерська діяльність ніколи не зможе повністю витіснити журналістику з медійного ринку, адже вона занадто незалежна і вільна від обмежень, щоб запропонувати аудиторії класичних медіа якісний медійний продукт. Звичайно, деякі блогери можуть послуговуватись правилами і методами роботи журналістів та надавати своїм читачам якісний інформаційний продукт в найкращих традиціях класичних медіа, однак в такому разі доцільніше буде вважати таких блогерів скоріше журналістами, ніж блогерами.

2.2 Професійні стандарти та блогерська діяльність: точки дотику

З попереднього підрозділу ми дізнались, що блогери, порівняно з журналістами, мають більше свободи дії, відповідальність за яку не є обов'язковою. Тому те, як будуть використані надані новомодним заняттям свободи, цілком залежить від особистих якостей блогера. Один автор може використовувати свою незалежність від редакторського втручання для створення якісного інформаційного продукту, інший – ретранслювати у інтернет-простір недостовірну інформацію. Однак те, що блогер вільний мовити на масову аудиторію, не відповідаючи за свої дії, в умовах нестабільно суспільно-політичної ситуації створює небезпечні передумови для поширення недостовірної інформації.

Індустріалізація, зменшення вартості виробництва газет та зростання кількості тих громадян, що вміють читати – це ті чинники, які сприяли популяризації друкованих ЗМІ на початку XX століття, однак саме тоді гострою стала проблема поширення медіа неприпустимої з етичної точки зору інформації. Одним з шляхів подолання кризи змістовного складу журналістських публікацій стало формування журналістською спільнотою перших збірників правил журналістської етики, які, як і решта етичних кодексів або інших збірників етичних норм, «узгоджують діяльність особистості та колективу з життєдіяльністю суспільства», - як описала їх дослідниця Н. Стеблина [71, с. 24]. Одним з піонерів впровадження професійних стандартів сучасної журналістики є британська «Бі-Бі-Сі» [72], а «Кодекс етики українського журналіста», на якому базується робота української Комісії з журналістської етики», в останній редакції ухвалено 4 жовтня 2013 року [73].

Стандарти та кодекси професійної етики є нормами етичними, а не правовими [71 с. 27]. Це означає, що їх порушення не карається державою, вони не поширюються на всіх членів суспільства та фактично мають рекомендаційний характер. Наслідки порушення етичних норм журналістики як в Україні, так і у світі, найбільш часто виражаються не у вигляді покарання

силовим механізмом держави, однак покаранням з боку суспільства та професійного середовища: осудом громади [74], санкціями від керівництва [75] та розглядом конфліктної ситуації Комісією з журналістської етики [76] і т.д.

І, хоч формування і популяризація подібних до журналістських стандартів та етичних кодексів вже у блогерському середовищі ускладнюється низкою обставин, наприклад, анонімністю, відсутністю редакторського тиску, різноманітністю та чисельністю блогерів і низьким запитом аудиторії, наразі відомі спроби створити професійні правила діяльності блогерів. Одна зі спроб окреслити для них норми поведінки належить данському блогеру і філософу М. Ранд-Хендріксену. У своїй публікації «Кодекс етики для блогерів, соціальних мереж та творців контенту» [77], автор дав блогерам поради та рекомендації до поведінки, основою для яких є етичний кодекс норвезьких журналістів [78].

М. Ранд-Хендріксен у власному варіанті етичного кодексу, не заперечуючи право блогера на висловлення своєї думки, запропонував їм сумлінно виконувати вимоги суспільної моралі. Блогер повинен завжди говорити правду та використовувати свій вплив у всесвітній мережі для захисту тих, кому цей захист знадобиться. Велику увагу в рекомендаціях автор приділив питанню об'єктивності блогерів, вони повинні бути критичними до всього включно з собою, не подавати думки під виглядом фактів, не виривати цитати з контексту, давати опонентам можливість відповісти на звинувачення, бути критичними до своїх джерел та завжди шукати незалежне підтвердження наданої ними інформації. Також у рекомендаціях сказано, що блогер повинен бути відкритим і прозорим, тобто декларувати свої зв'язки та конфлікти інтересів, називати свої джерела, якщо це не загрожує їх безпеці, вказувати авторство чи першоджерело чужого контенту та визнавати й виправляти свої помилки [78].

Однак ми не можемо ґрунтувати моніторинг дотримання стандартів комунікації у блогах на фактично журналістських правилах, адже доцільність

зарахування блогерства до журналістики – це питання, що досі залишається дискусійним у колі дослідників, однак факт того, що блог – це явище масової комунікації ні в кого не викликає сумнівів. Тому вважаємо доцільним окреслити стандарти комунікації для блогерів власноруч, виділивши спільні аспекти у правилах поведінки інших діяльностей, що пов'язані з масовою комунікацією та існують достатньо давно, щоб етичні кодекси та ставлення суспільства до них вже встигли сформувалися. Головною метою виділених нами правил поведінки буде обмеження можливостей блогерів до маніпуляції інформацією одночасно зі збереженням унікальних ознак блогерської діяльності.

За роки існування журналістської діяльності спільнотою було сформовано велику кількість кодексів журналістської етики, які ми можемо класифікувати за широтою охоплення: на редакційні (діють у рамках одного медіа, наприклад, кодекс «Радіо Свобода» [79], загальнонаціональні (охоплюють журналістів всієї держави, прикладом чого є вищезгаданий «Кодекс етики українського журналіста» [73]) та міжнародні (об'єднують журналістів різних держав, як «Міжнародні принципи журналістської етики» [80]). Опускаючи розбіжності всіх цих збірників правил та підсумовуючи їх головні принципи і досвід, вітчизняні дослідники виділяють 6 стандартів журналістики, основних її принципів, на фундаменті яких і базуються кодекси професійної етики [81].

Стандарт точності вимагає, щоб повідомлені факти відповідали реальним, а цитування відбувалось точно і без відриву від контексту сказаного. Особливу увагу необхідно приділяти термінам, географічним назвам, числам та іншій точній інформації. Повнота як стандарт журналістики змушує подавати новини з максимально повним набором фактів та думок, які повинні отримуватись журналістом виключно з компетентних та ідентифікованих джерел.

Стандарт достовірності вимагає від журналіста посилатись виключно на відкриті та надійні джерела інформації, якщо анонімність не є запорукою їх

безпеки. Інформація з анонімних джерел повинна верифікуватись у відкритих джерелах. Оперативність як стандарт вимагає від журналістів принаймні у рамках інформаційних жанрів невідкладно подавати будь-яку інформацію у максимально якісному з досяжних вигляді. У тому випадку, якщо стандарт оперативності конфліктує зі стандартом повноти, необхідно повідомити про це аудиторію та прикласти зусилля для публікації більш повної інформації згодом.

Відповідність стандарту «баланс думок і точок зору» вимагає від журналістів, щоб вони надавали можливість висловитись всім сторонам конфліктної ситуації, дозволяючи глядачеві поглянути на ситуацію об'єктивно. Стандарт «відокремлення фактів від коментарів» змушує журналіста подавати думки та судження чітко вказуючи джерело інформації, щоб не допустити невірною трактування походження інформації аудиторією [81].

Як і журналісти, фахівці у сфері реклами також повинні при своїй роботі зважати на два види обмежень: на правові та етичні. Одним з найбільш відомих та розповсюджених кодексів рекламної етики є прийнятий Міжнародною торговельною палатою «Міжнародний кодекс рекламної практики», численні правила якого ми узагальнюємо до основних принципів рекламної діяльності:

- 1) Реклама повинна відповідати суспільній моралі. Перший принцип змушує рекламних фахівців притримуватись у своїй діяльності загальноприйнятих стандартів пристойності, забороняє рекламі провокувати акти насильства і дискримінації, а також маніпулювати почуттям страху. Зображення або посилення на будь-яких осіб без їхньої згоди не є допустимими. Реклама також не повинна безпідставно демонструвати нехтування правилами безпеки, а також травмувати дітей і використовувати їхню довірливість та недостатню обізнаність для своєї вигоди.

- 2) Реклама повинна проявляти чесність та прозорість перед своєю аудиторією. Рекламний продукт не повинен зловживати довірою споживача або користуватись його недостатньою обізнаністю, вводити його в оману стосовно характеристик рекламованого товару чи послуги, умов їх придбання та подальшого гарантійного обслуговування. У рекламному продукті не повинні подаватись недостовірні, непридатні або ж застарілі свідчення, він не повинен містити наклеп на будь-яке підприємство, діяльність, професію та будь-яку продукцію. Також реклама повинна чітко та легко ідентифікуватись у будь-якому каналі комунікації.
- 3) Конкуренція в рекламі повинна бути виключно доброчесною. В рамках рекламного продукту порівняння повинні базуватись на представлених доказах, відповідати правилам етичної і чесної конкуренції та не вводити аудиторію в оману. Також реклама не повинна необґрунтовано використовувати найменування або аббревіатури інших фірм, компаній або організацій, престиж, який властивий особі, товарному знаку або символу іншої фірми, продукції. Також рекламі не дозволено імітувати іншу рекламу, якщо ці дії призведуть до того, що її приймуть за іншу рекламу або аудиторію буде введено в оману [82].

Одним з найбільш відомих збірником настанов для PR-фахівців є «Європейський кодекс професійної поведінки в області PR», вперше прийнятий Європейською конфедерацією PR в Лісабоні 16 квітня 1978 року. Кодекс містить 19 правил поведінки, які ми можемо підсумувати у такі основні принципи:

- 1) Відповідність PR-діяльності законам, суспільній моралі та професійним етичним нормам. Фахівці сфери PR зобов'язані поважати принципи Загальної декларації прав людини, свободу слова та друку, національні кодекси і закони, правила і практику представників всіх професій, з якими має взаємодію. PR-діяльність повинна служити суспільству, не шкодити честі та гідності будь-яких осіб. PR-фахівці повинні вести свою

діяльність відкрито та прозоро. Самореклама, прояви недоброчесної конкуренції та порушення права клієнта на конфіденційність інформації суворо забороняються.

- 2) Прозорість у робочих відносинах з клієнтом. Працівник сфери PR не повинен приховувати від клієнта особисті інтереси, які можуть конфліктувати з його інтересами. Якщо PR-спеціаліст рекомендує своєму клієнтові послуги осіб чи організацій, в яких має особистий інтерес, він повинен обов'язково попередити про це свого клієнта. Працівник PR повинен уникати укладення з клієнтом будь-яких договорів, в яких гарантує кількісні результати роботи, отримання винагороди за результативність роботи є несумісним з етичними рекомендаціями. Вся винагорода за роботу PR-спеціаліста повинна бути узгодженою з клієнтом завчасно. Також працівник PR не повинен представляти інтереси конфліктуючих сторін, не отримавши на це згоду зацікавлених клієнтів або наймачів.
- 3) Поширення виключно достовірної інформації. PR-спеціаліст у своїй роботі повинен проявляти чесність, інтелект та лояльність. Використання ненадійної або недостовірної інформації забороняється. Контроль за розповсюдженням інформації PR-фахівець може здійснювати зокрема допомогою відкритого виступу в традиційних медіа.
- 4) Професійні принципи завжди повинні переважати над бажанням клієнта. Працівник PR повинен уникати будь-яких дій, які зашкодять його репутації та честі професії. У випадках, коли клієнт вимагає порушення професійної етики, PR-фахівець повинен йому повідомити про недопустимість цих дій. У будь-якому разі в першу чергу в своїй роботі PR-фахівець повинен послуговуватись професійними принципами [83].

Підсумовуючи спільні аспекти етичних кодексів професій, які передбачають соціальні комунікації, ми можемо сформулювати подібні правила

і для блогерської діяльності, які збільшать надійність інформації, водночас зберігаючи унікальні для блогів характеристики.

Посилання на джерела. Як і журналіст, блогер у своїй роботі повинен керуватись надійними та ідентифікованими джерелами інформації, якщо тільки анонімність не є запорукою безпеки джерела. У аудиторії повинна бути можливість самостійно перевірити достовірність наданої блогером інформації. Блогер не повинен видавати власні судження за точку зору анонімного джерела. Цей стандарт, прийнятий у журналістському середовищі, обмежує можливості автора повідомлення до маніпуляції аудиторією, наприклад, спробами створити ілюзію значущості власної позиції, створюючи ілюзію її масовості.

Ймовірні приклади втілення такої маніпуляції можна помітити деяких матеріалах блогера М. Олешка, зокрема у відео «Порошенко створив свою армію, Аваков жорстко звернувся до Зелеського!», що було завантажено на відеохостинг YouTube 15 жовтня 2021 року. У ролику автор обговорює реакцію Офісу Президента України на збори на полігоні, які провела організація «Брати по зброї», протягом всього відео засуджуючи страх ОП перед ветеранськими громадськими організаціями. Але офіційної реакції ні ОП, ні президента на вказані події не існує, М. Олешко будує наратив цілого відео, ґрунтуючись на інформації, яку надали анонімні «джерела серед гідних офіцерів» [84].

Наступною вимогою до блогерів є *прозорість особистого інтересу*. Якщо у блогера є особистий інтерес у темі, що він висвітлює, аудиторії необхідно повідомити про цей інтерес. Стандарт покликаний захистити аудиторію блогерів від «джинси» та інших проявів прихованої реклами і маніпуляцій. Блогер повинен докладати всіх зусиль, щоб реклама у рамках його блогу чітко ідентифікувалась як реклама та глядач не був введений в оману. Подібного вимагають як етичні кодекси реклами та PR, так і журналістські стандарти.

До прикладів порушення цього стандарту можна віднести вдавану об'єктивну оцінку блогером, яка насправді є проплаченою рекламою, як різноманітних товарів та послуг, так і політичних рухів. Наприклад, у розслідуванні проекту «Наші гроші» під назвою «Шарій: брудний кеш, проплачені експерти...» [85], у якому журналістами була викрита ймовірна мережа проплачених експертів, які проговорювали вигідні для партії одіозного блогера А. Шарія тези в телеєфірах за приховану винагороду. Деякі з цих проплачених мовців ведуть і блогерську діяльність, як, наприклад, А. Вігірінський [86].

Важливою вимогою до блогера є *відкритість особистості*. Оскільки блогерська діяльність практично не обмежує можливості автора щодо публікації будь-якої інформації, змусити його дотримуватись стандартів комунікації при своїй діяльності може лише страх репутаційних втрат, які неможливі за умови анонімності мовця. У контексті інформаційних війн та соціально-політичної нестабільності в Україні анонімне блогерство залишається ефективним середовищем поширення пропаганди, інформаційних «зливів», маніпуляцій та інших проявів небезпечної для суспільства масової комунікації, тому вважаємо, що відкритість особистості мовця змусить онлайн-авторів більш відповідально ставитись до вибору інформації, що він буде висвітлювати.

Українське інформаційне середовище наразі наповнене анонімними блогерами, які нічого не може завадити поширювати серед своєї аудиторії будь-які маніпуляції. Наприклад, ще на початку 2021 року Служба безпеки України звинуватила низку анонімних телеграм-каналів у співпраці з російськими спецслужбами. СБУ заявила і про те, що один з фігурантів розслідування особисто адмініструє 12 каналів, просовуючи російські наративи на широку аудиторію через контрольовану мережу поширення інформації [87].

Достовірність. В рамках онлайн-блогу не повинна поширюватись недостовірна інформація. Інформація ненадійного походження повинна

подаватись виключно у випадку її високої соціальної значущості та з обов'язковою згадкою про ненадійність джерела. Професійні стандарти працівників рекламної сфери, PR-фахівців та журналістів вимагають поширення достовірної інформації, усвідомлюючи відповідальність масового мовника перед суспільством. Однак надані блогерам свободи, як вже було сказано, роблять для них відповідальність не обов'язковою умовою діяльності, а лише рекомендацією.

Наприклад, одіозний блогер А. Шарій у 2020 році відзначився тим, що демонстрував відео з підтримкою його політичної сили знаменитостями М. Тайсоном та Н. Вуйчічем. Однак блогер не сказав, що відео ці зірки записали за грошову винагороду та читаючи завчасно наданий їм текст, про що і заявив пізніше Н. Вуйчіч, вимагаючи від А. Шарія видалити відео з собою та зізнатись у брехні [88].

Відповідність суспільній моралі. Діяльність блогера повинна відповідати загальноприйнятим поняттям суспільної моралі. Це стосується як змістовного наповнення контенту, так і методів його поширення, комунікації з аудиторією та інших аспектів діяльності. Відповідність суспільній моралі є вимогою етичних кодексів як практиків рекламної діяльності, так і PR-спеціалістів. Одним з найбільш популярних прикладів маніпулятивних методів поширення контенту, що лише посилювались з моменту популяризації інтернету, є таке явище як «клікбейт». Це гучні заголовки, які у перебільшеній або взагалі незалежній від змісту матеріалу намагаються привернути до нього увагу [89].

Повертаючись до блогера М. Олешка, ми можемо побачити в його публікаціях хрестоматійне втілення клікбейту. Лише з 18 по 21 жовтня 2021 року він опублікував на своєму YouTube-каналі відео з такими заголовками: «Унюханий Зеленський у інтерв'ю відповів за офшори!», «Блювати народу хочеся від вас: Олешко слугі Безуглій висказав у прямому ефірі», «Тобі мене не залякати: журналістка жорстко відповіла Зеленському» та «Зеленський, та ти с**а за все відповіси: Олешко не витримав!». Продовжуючи традиції

«жовтої» преси, блогер широко використовує наклеп, агресивну, емоційно забарвлену та нецензурну лексику, для привернення уваги аудиторії до свого контенту [90].

Отже, суспільство ще не встигло відрегулювати блогерську діяльність, як це сталося з журналістикою, рекламою та PR. Саме тому наразі пошук балансу між свободами блогера та безпекою суспільства залишається актуальним завданням для дослідників масової комунікації. Блогерська діяльність за своїми формальними ознаками є достатньо схожою на інші діяльності, пов'язані з соціальними комунікаціями: на журналістику, рекламну та PR-діяльності. Тому і поширення на блогерів спільних та узагальнених професійних стандартів цих схожих професій повинне значно підвищити надійність, статусність та роль блогів, яку вони виконують у суспільстві.

Стандарти та кодекси професійної етики є не правовими нормами, а етичними, тобто їх порушення не карається з боку силового механізму держави та вони часто носять рекомендаційний характер. Покарання за їх порушення може виражатись у різних формах впливу суспільства та професійного середовища: осудом професійною спільнотою, обуренням суспільства, санкціями від керівництва та іншими способами. Тому головним завданням професійних стандартів для працівників не лише блогерської, але будь-якої спеціальності є надання головних орієнтирів робочої поведінки, які не дозволять цим працівникам помилково спровокувати конфлікт з суспільством.

Виділені нами 5 стандартів комунікації для блогерської діяльності "Посилання на джерела", "Достовірність", "Прозорість особистого інтересу", "Відкритість мовця" та "Відповідність суспільній моралі" засновані на професійних кодексах суміжних з блогерством професій, однак зберігають унікальні для блогів особливості подачі інформації. Використання ідентифікованих джерел інформації зніме з блогера частину відповідальності за цю інформацію, дозволить аудиторії самостійно пересвідчитись у

достовірності наведених даних та не дозволить блогеру перетворити власний медійний майданчик на середовище розповсюдження чуток. Якщо ж блогер буде прозоро декларувати особистий інтерес у темах, що він висвітлює, він підвищить довіру до себе як автора та допоможе розвиватись чесному рекламному ринку для онлайн-авторів. Відкритість особистості блогера, як і достовірність його інформації, покращить його репутацію, однак змусить відповідати за власні дії перед аудиторією, зберігаючи професійну репутацію за допомогою якісної та чесної роботи. Завдяки цим стандартам поширення маніпуляцій та пропаганди через анонімні блоги стане складнішим, а тому і менш розповсюдженим. І, нарешті, саме відповідність суспільній моралі дозволить блогерству підвищити власний статус та ефективно слугувати інтересам суспільства. Докладніше питання про порушення блогерами стандартів комунікації буде розкрито у наступному розділі.

3. БЛОГИ ЯК ДЖЕРЕЛО ПРИХОВАНОЇ ПРОПАГАНДИ

3.1 Прихована пропаганда у блогах Russia Today

Перевірку матеріалів блогерів на предмет відповідності стандартам комунікації ми почнемо з блогів, що розміщуються в рамках спеціальної рубрики на ресурсах класичних медіа. Як ми вже стверджували, блоги, які публікуються на відповідних розділах онлайн-ЗМІ, можна вважати найбільш надійними у аспекті достовірності інформації, адже медіа зазвичай бере на себе завдання перевірки особистості автора, не дає можливості висловитись анонімним чи фейковим обліковим записам та приймає на себе частину відповідальності за слова блогера, адже надає йому власний медійний майданчик, а тому і аудиторію.

Хоч таке середовище розміщення блогів і може здаватись аудиторії найбільш надійним, відповідність блогів стандартам комунікації у рамках онлайн-ЗМІ залежить не лише від блогера, а й від самої редакції ЗМІ, яка може використовувати блоги для власних цілей, наприклад, маніпуляцій та пропаганди. Саме тому в цьому розділі ми розглянемо блоги не лише у контексті відповідності стандартам комунікації, що були виділені нами у попередньому розділі, а й проаналізуємо, як онлайн-ЗМІ, що дає їм майданчик, може впливати на їх змістовне наповнення та використовувати їх для просування своїх наративів.

Для підтвердження чи спростування окреслених тез нами буде проаналізовано реакцію російськомовної онлайн-версії видання Russia Today на одну з найбільш резонансних подій 2020 року в російському політичному житті, а саме на ймовірне отруєння опозиційного діяча О. Навального 20 серпня 2020 року.

Спочатку буде перевірено дописи блогерів Russia Today цієї тематики на відповідність всім п'яти виділеним нами у попередньому розділі стандартам комунікації. Загалом блогери RT присвятили інциденту з опозиціонером 28 публікацій за 2020 рік, однак обмеження об'єму підрозділу змушують нас

чітко окреслити число вибраних для аналізу матеріалів. Саме тому ми проаналізуємо 5 перших блогерських дописів на цю тему [91] [92] [93] [94] [95], на що нас спонукає кілька обставин:

- по-перше, тільки в перших п'яти публікаціях авторами виступають різні люди, що важливо для чистоти висновків;
- по-друге, саме перші дописи обрано, щоб довести, що їх автори не ретранслявали вже сформовану точку зору, а з самого початку брали участь у її формуванні;
- по-третє, саме аналіз такої кількості блогів дозволить з необхідною глибиною розкрити тему в рамках підрозділу.

Після аналізу п'яти блогів на предмет відповідності стандартам комунікації, ми виділимо характерні для новин «великої» Russia Today маніпуляції при висвітленні інциденту з ймовірним отруєнням з О. Навального. Ці маніпуляції виділено на основі моніторингу всіх 119 інформаційних повідомлень, опублікованих RT з 20 серпня по 7 вересня, тобто з дня госпіталізації О. Навального до дня його виходу з коми у німецькій клініці. Обрані 5 блогерських дописів буде перевірено на наявність цих маніпуляцій, щоб виявити або спростувати приховану роль блогерів RT як пропагандистів.

Першим з блогерів RT, що створив допис на тему ймовірного отруєння О. Навального, є І. Мальцев. У своєму матеріалі «Переполох у Берліні» [91] від 24 серпня 2020 року він в іронічній формі коментує прибуття О. Навального на лікування до столиці Німеччини. У матеріалі створюється ілюзія того, що німецькі платники податків обурені тим, як їх уряд витрачає кошти на забезпечення транспортування російського опозиціонера. Однак автор не дає посилань та не показує самі коментарі, на яких ґрунтує тези, тому у читача немає можливості перевірити достовірність інформації, а ми можемо говорити про порушення автором стандартів комунікації «Посилання на джерела» та «Достовірність».

Також матеріал І. Мальцева не відповідає стандарту «Відповідність суспільній моралі», адже у публікації активно висміюється особистість О. Навального в той момент, коли він досі перебував у комі і ніхто не давав гарантій, що той повернеться до повноцінного життя. Порухення стандартів «Відкритість особистості» та «Прозорість особистого інтересу» натомість не виявлено.

Наступною блогерською публікацією на тему інциденту з О. Навальним був «Німецький ультиматум» [92], опублікований С. Аксеновим 7 вересня 2020 року. Стандарт «Посилання на джерела» виконано, адже автор аналізує заяви політичних діячів, які легко ідентифікуються та перевіряються. Стандарт «Достовірність» теж виконано, адже матеріал більшою мірою складається з підсумовування оцінок публічних діячів, а не формування власних.

У роботі С. Аксенова стандарт «Відповідність суспільній моралі» у тексті страждає через дискредитацію автором сучасної Німеччини через злочини нацистської партії у минулому столітті, використання ним епітету «чорт» по відношенню до реальної особи та підміни понять по відношенню до російської ліберальної спільноти, яка, як заявляє автор, співчувати людській трагедії О. Навального буде не через недопустимість політично вмотивованих вбивств у сучасному світі, а лише через слідування західним тенденціям тиску на сучасне російське керівництво. Особа автора відкрита, а конфлікту інтересів не помічено, що дає нам підстави говорити про виконання публікацією і стандартів «Відкритість автора» та «Прозорість особистого інтересу».

«Токсикологічно-географічний казус» [93], опублікований 7 вересня 2020 року Д. Лекухом, також порушує стандарт «Посилання на джерела», черговий блогер RT не посилається на джерела, коли робить гучні заяви та формує конспірологічні теорії. Порухено і стандарт «Достовірність», адже читач не має можливості перевірити правдивість наведених фактів, на Д. Декух ґрунтує свій матеріал.

Також матеріал порушує і стандарт «Відповідність суспільній моралі», адже перекладає відповідальність за ймовірне отруєння на самого О. Навального та намагається переконати читача, що цей інцидент, як і низка соціально-політичних потрясінь ХХІ століття, є результатом конспірологічної змови. Тому цей матеріал відповідає лише вимогам стандартів «Відкритість особистості» та «Прозорість особистого інтересу».

М. Соколов став наступним блогером RT, що висловився на тему інциденту з Навальним. У своєму дописі від 9 вересня 2020 року під назвою «“Молот відьом” у ліберальному виконанні» [94] автор проводить аналогію між звинуваченнями російського керівництва у отруєнні Навального та середньовічним «полюванням на відьом». Факти у тексті подаються здебільшого в узагальненій формі та без посилання на джерела, що дає нам підстави констатувати порушення цього стандарту комунікації, також автор робить гучні заяви про абсолютну відсутність доказів отруєння О. Навального та про те, що незабаром у США почнеться нова громадянська війна, також без посилань на джерела, тому констатуємо і порушення стандарту «Достовірність».

Стандарт «Відповідність суспільній моралі» порушується і у роботі М. Соколова, адже автор, відповідаючи на звинувачення колективним заходом російського керівництва у отруєнні Навального, відповідає не на самі звинувачення як такі, а просто атакує опонента і принижує його проблемами далекого минулого, втілюючи в життя відому маніпуляцію та зміщуючи фокус уваги аудиторії від реальної теми обговорення. «Відкритість особистості» та «Прозорість особистого інтересу» як стандарти комунікації у роботі не порушуються.

«Навіщо-2» М. Кононенко опубліковано 16 вересня 2020 року [95], у дописі автор опосередковано намагається перекласти відповідальність за інцидент з Навальним з російського керівництва на «таємні сили» за допомогою конспірологічної теорії. Автор також робить гучні заяви як про невідомість Навального, так і про наявність у отруйної речовини «Новачок» і

у лабораторіях інших країн, не посилаючись на джерела, тому порушує однойменний стандарт комунікації. Заяви автора про те, що Навального до отруєння ніхто поза межами Росії не знав та що не існує причин, які можуть змусити російське керівництво вдатись до вбивства опозиціонера, не відповідають дійсності [96], що ми трактуємо як порушення стандарту «Достовірність».

Також ми вкотре фіксуємо порушення стандарту «Відповідність суспільній моралі», адже М. Кононенко продовжує традицію інших блогерів RT та перекладає відповідальність за ймовірне отруєння на саму жертву цього отруєння. Текст відповідає стандартам «Відкритість особистості» та «Прозорість особистого інтересу».

Як вже було сказано, з 20 серпня до 7 вересня 2020 року (періоду, коли О. Навальний перебував у комі) RT опублікувало 119 інформаційних повідомлень, присвячених темі інциденту з опозиціонером. В результаті моніторингу цих публікацій нами виявлені такі системні порушення стандартів журналістики:

- *Приховування роду діяльності* О. Навального. У кожному інформаційних повідомлень, присвячених інциденту, опозиціонера називають тільки по імені і не вказують його рід діяльності. Ці особливості подачі стосуються виключно О. Навального, адже RT не забуває вказувати характеристику інших індивідів, що фігурують у цих матеріалах, наприклад, дружини опозиціонера. Це дає нам підстави підозрювати RT у свідомому приховуванні наявності російських опозиційних політиків від своєї аудиторії.
- *Однобока подачі інформації*. Russia Today ігнорувала позицію родини та прихильників О. Навального під час висвітлення інциденту, схиляючи свого читача до одної точки зору. З загальної кількості в 119 публікацій 60 висвітлюють офіційну позицію російських чиновників, силовиків та лікарів, 45 – закордонних політиків та організацій, 11 – формально

незалежних російських експертів і анонімних джерел та лише 3 – родини та прихильників О. Навального.

- *Заперечення факту отруєння.* Жоден з опублікованих RT матеріалів на цю тему не допускає реальності звинувачень у отруєнні опозиціонера. Всі 11 коментарів незалежних експертів та анонімних джерел відкидають висновки німецьких лікарів про отруєння О. Навального та називають можливі альтернативні причини госпіталізації. Більшою мірою такі коментарі з'являлись після заяв німецьких лікарів про ймовірне отруєння опозиціонера бойовою отруйною речовиною “Новачок”. До оголошення цих заяв інформація про ймовірне отруєння опозиціонера подавалась тільки у контексті малоімовірності її достовірності, активно поширювалась гіпотеза про харчове отруєння О. Навального та ніяких паралелей з кейсами Литвиненка та Скрипалів не проводилось.

У роботі «Переполох у Берліні» автор жодного разу не називає жертву отруєння політичним чи громадським діячем, активістом чи навіть відеоблогером, автор допису обмежується характеристикою «пацієнт» та лише двічі згадує в тексті слово «опозиціонер», однак лиш у рамках прямої цитати німецького видання та у сатиричному контексті [91]. У дописі «Німецький ультиматум» С. Аксенов не згадує про рід діяльності О. Навального, лиш одноразово називаючи його опозиціонером в рамках прямої цитати [92]. Д. Лекух у дописі «Токсикологічно-географічний казус» наважується на власну характеристику Навального як «Опозиційного блогера» та додає, що він ніяк не «тягне» на високе звання політика [93]. «“Молот відьом” у ліберальному виконанні» не дає Навальному ніякої характеристики [94]. Автор «Навіщо-2» М. Кононенко також утримується від власних характеристик, однак заявляє, що світ вбачає в Навальному «головного опонента Путіна» [95].

Всі п'ятеро блогерів у своїх публікаціях більшою мірою продовжують традицію видання RT до необ'єктивного висвітлення соціального статусу

О. Навального. Все ще малочисельні вказування характеристики опозиціонера більшою мірою скорцентовані у рамках цитування, а єдиним блогером, який від власного імені найбільш достовірно охарактеризував жертву отруєння, став Д. Лекух, однак знецінення політичного статусу людини, яка провокує одні з найбільш масових в історії країни акцій протесту, є свідченням все ще необ'єктивної оцінки досягнень О. Навального, яке властиве кожному з розглянутих блогерів.

І. Мальцев присвятив свій допис «Переполох у Берліні» висміюванню заходів безпеки, до яких вдалась німецька влада під час переміщення О. Навального з літака до лікарні. Автор робить висновки про те, що Німеччину «бурлить», ґрунтуючись лише на коментарях деяких інтернет-користувачів і не подаючи зворотної точки зору [91]. С. Аксенов у своєму «Німецькому ультиматумі» коментує російсько-німецький дипломатичний конфлікт, який був спричинений отруєнням опозиціонера. Відповіді російської сторони подаються широко і возвеличено, в той час як Німеччина автором відкрито звинувачується у маніпуляції кейсом з Навальним заради власних геополітичних інтересів, а також принижується за події Другої світової війни [92].

«Токсикологічно-географічний казус» Д. Лекуха описує конспірологічну теорію, в якій з російського керівництва знімаються звинувачення, а саме отруєння О. Навального, як і протести в Білорусі, видаються лиш провокаціями Заходу, покликаними зупинити створення «Північного потоку-2». Використовуються виключно корисні для підтвердження тези аргументи [93]. «“Молот відьом” у ліберальному виконанні» М. Соколова також однобокістю та подачі, адже заявляє, що у Заходу немає абсолютно ніяких доказів того, що Навального було отруєно, а також називає такі звинувачення «полюванням на відьом». Заяви німецьких лікарів ігноруються [94]. М. Кононенко також вдається до виправдання та захисту російського керівництва від звинувачень в отруєнні, аргументуючи це конспірологічними теоріями [95].

Блогери RT у цих публікаціях продовжують традицію видання по односторонньому висвітленню тематики отруєння О. Навального. Поки саме видання нехтує плюралізмом при виборі джерел інформації та подає у більшості сухі та лаконічні виправдання російського керівництва, блогери у подібних виправданнях використовують конспірологічні теорії, сатиру та інші способи дискредитувати опонента, а самого Навального залишити без будь-якої суб'єктності, виставляючи його об'єктом політичних ігор, направлених проти Російської Федерації. Тому ми можемо говорити не лише про подібні з офіційним RT порушення, а й про їх посилення у блогерському середовищі, які стали можливими завдяки доступним блогерам суб'єктивності та незалежності.

Третьою і останньою з виявлених системних особливостей подачі матеріалів, пов'язаних з ситуацією навколо О. Навального, є виключно спростування інформації про ймовірне отруєння опозиціонера. «Переполох у Берліні» І. Мальцева іронізує не лише над статусом О. Навального як жертви та думкою про ймовірну загрозу від російської владної верхівки, а також говорить, що «лікарям такого подарунку (пацієнта О. Навального - прим. ред) узагалі не треба було», в цілому висміюючи ситуацію з ймовірним отруєнням [91]. С. Аксенов у своєму дописі «Німецький ультиматум» називає події госпіталізації опозиціонера «ситуацією» та «інцидентом», не допускає реальності звинувачень у отруєнні та прогнозує, що тиск Заходу на російське керівництво у зв'язку з ймовірним використанням бойової отрути буде викликаний лише лояльністю до німецької сторони, а не засудженням злочинної діяльності [92].

Допис «Токсикологічно-географічний казус» авторства Д. Лекуха демонструє аналогічне ставлення автора до теми, він іронізує над ймовірним отруєнням, називає ситуацію «дурною сваркою» та «виключно казусом і нічого більшого» [93]. «“Молот відьом” у ліберальному виконанні» М. Соколова, незважаючи на заяви німецьких лікарів, заявляє, що російській стороні не надано абсолютно ніяких доказів факту отруєння Навального,

однак закликає до обговорення [94]. «Навіщо-2» М. Кононенко узагалі натякає, що Навальному отруєння вигідне, а от Росії – ні, знімаючи ймовірну провину з останньої [95].

Підсумуємо, що жоден з блогерів не визнає факту отруєння Навального, та кожен з них прямо чи опосередковано намагається зняти з керівництва Російської Федерації відповідальність за інцидент. Більш вільні умови роботи дають можливість блогерам RT з цинічною холонокровністю висміювати ситуацію з опозиціонером навіть тоді, коли той був у комі. Автори цих дописів навіть не допускають ймовірності отруєння та переводять ситуацію в комічну площину.

Отже, блоги в рамках відповідних розділів онлайн-ЗМІ не можна сприймати однозначно. Так, редакція медіа, що слідкує за своєю репутацією, захистить свого читача від інформаційного продукту, що радикально суперечить суспільній моралі, а також ЗМІ самостійно перевірить особистість автора, однак класичні медіа також можуть вдаватися до маніпуляцій, в тому числі використовуючи для цього і блогерів.

Показовим доказом цієї тези і є результат моніторингу реакції «великого» RT та його блогерів на інцидент з О. Навальним. Поки редакція Russia Today висвітлювала інцидент, у переважній більшості ігноруючи точку зору родини та прихильників О. Навального, приховувала інформацію про рід його діяльності у кожній публікації та навіть не допускала у своїх матеріалах ймовірності отруєння, подібні традиції не лише підтримуються, але і підсилюються «Авторами RT». Більшість з розглянутих блогерів не лише ігнорує рід діяльності політика, але і надає йому глузливі епітети, наприклад, «пацієнт». «Автори» все ще у більшості однобоко подають інформацію і відкрито відстоюють офіційну російську точку зору на інцидент, а ймовірність отруєння не лише не допускається, але і відверто висміюється.

Саме тому ідея залучення блогерів для більшого різномаяття думок на сторінках онлайн-медіа тут не працює, аудиторія RT в будь-якому разі не почує альтернативної офіційній російській точки зору на цьому ресурсі.

Блогери там виконують функцію створення ілюзії плюралізму, а читач в такому разі перебуває у своєрідній «інформаційній бульбашці». Тому, хоч RT наприкінці кожної блогерської публікації і заявляє, що думка блогера може не співпадати з точкою зору редакції, результати нашого моніторингу свідчать про зворотнє.

3.2 Відеоблог та інші проекти Анатолія Шарія як середовище прихованого відстоювання проросійських наративів

У попередньому підрозділі ми ознайомились з прикладом не лише порушення блогерами стандартів комунікації, але й іншими маніпуляціями, пов'язаними з блогами. Адже у випадку з блогерами RT нами встановлені ймовірні цензурні обмеження та специфічна редакторська політика, яка змушує блогерів не лише коригувати свою точку зору на ситуацію в залежності від ставлення до цієї ситуації самого медіа, але і просувати ті наративи, які класичне ЗМІ не може проговорювати відкрито. Ймовірним завданням існування таких розділів є створення ілюзії плюралізму та формування інформаційної бульбашки. Саме тому при аналізі блогів на предмет відповідності стандартам журналістики ми повинні не лише аналізувати змістовне наповнення блогів як таке, але і звертати увагу на умови, при яких вони з'являються.

Хоч подібні прояви вдаваного плюралізму та необ'єктивного висвітлення інформації і заважають аудиторії сформувати об'єктивну точку зору на ситуацію та в довгостроковій перспективі є небезпечними для суспільства, регулярні порушення стандартів журналістики та інші прояви маніпуляції інформацією російськими федеральними ЗМІ є відкритим і підтвердженим фактом [97], а сама приналежність Russia Today до числа цих медіа є відкритою інформацією, тому аудиторія може зробити висновки про надійність інформації ще до того, як зверне увагу на це медіа. Більш небезпечними є блогери, які підкреслюють свою незалежність, патріотичність та відмінність від «маніпулятивних» ЗМІ, розповсюджуючи таким чином

маніпуляції та пропаганду на ту аудиторію, яку привабила їх номінальна відсутність.

Прикладом популярного блогера українського походження, який, за власним ствердженням, у своїй діяльності дотримується патріотичної позиції, зневажає дезінформацію та відстоює інтереси української держави, є А. Шарій [45]. Його відеоблог на платформі YouTube має понад 2.5 мільйони підписників та за весь час існування з 13 травня 2013 року зібрав понад 4 мільярди переглядів [98]. Блог автора присвячено переважно тематиці українського суспільно-політичного життя та є цікавим для нашого дослідження одразу з декількох причин:

- Стабільність та тривалість діяльності. Його основний медійний ресурс регулярно продукує контент з 2013 року і застав безліч подій суспільно-політичного життя України [98];
- Широта охоплення. А. Шарій регулярно публікує відео на власному каналі на відеохостингу YouTube [98], веде активну діяльність у Telegram [99], Instagram [100], Twitter [101] та на Facebook [102], має власне онлайн-медіа «Шарій.net» [103]. Також блогер є лідером політичної партії [104];
- Декларована А. Шарієм патріотична позиція розходяться з реальністю. Блогера неодноразово звинувачували в українофобії [105], його політична партія поширювала агітаційні матеріали з картою України без АР Крим [106], а СБУ звинувачує блогера у співпраці з російськими спецслужбами [45].
- Президент України легітимізував онлайн-медіа А. Шарія. Незважаючи на вищеописані обставини, що псують репутацію блогера, Офіс Президента акредитував представників «Шарій.net» на пресконференцію глави держави у 2020 році [107].

Для того, щоб продемонструвати сучасні традиції маніпуляцій та пропаганди, що у прихованій формі втілюється А. Шарієм на своїх медійних ресурсах, спростувати тезу про патріотичну позицію блогера і перевірити

рівень дотримання стандартів журналістики виданням «Шарій.net», ми відберемо 3 найбільш популярних відео А. Шарія за жовтень 2021 року та проаналізуємо їх на предмет відповідності стандартам комунікації, що ми сформуvalи у попередньому розділі. Після чого, як і у випадку з Russia Today, ми виділимо особливості подачі інформації А. Шарієм та перевіримо, чи розповсюджує онлайн-видання ті ж наративи.

Одним з найбільш популярних відео А. Шарія за жовтень є «Що означає послання Дмитра Медведєва?» [108], опубліковане 11 жовтня 2021 року, станом на 18 листопада його переглянули понад мільйон разів. У відео автор викладає власний аналіз причин і наслідків статті Д. Медведєва, у якій російський політичний діяч виступає з критикою української владної верхівки. А. Шарій у своєму творі не дає посилань на джерела інформації, коли розповідає про причини початку російсько-грузинської війни (1:27), взаємозв'язок Саакашвілі з НАТО (2:23; 4:01), пошуки В. Путіним свого наступника (8:05) та про «роздратування» Заходу Україною (16:10). Також автор часто цитує різноманітних політологів та експертів (4:45; 7:20), однак об'єднує їх у загальну сукупність та не посилається на конкретних персоналій, що ми констатуємо як численні порушення стандарту «Посилання на джерела».

А. Шарій у своєму відео поширює не лише не перевірену, а й недостовірну інформацію. Автор стверджує, що М. Саакашвілі після російсько-грузинської війни «трохи пізніше втратив владу» (2:15), однак насправді він залишався Президентом Грузії ще 5 років і залишив свою посаду лиш тобі, коли його каденція офіційно закінчилась [109]. А. Шарій стверджує, що у 2008 році у НАТО прийняли нові країни та блок в той час активно розширювався (4:30), однак насправді ні в 2008, ні в 2007 році ніякого розширення альянсу не відбулось [110]. Також блогер заявляє, що приклад російсько-грузинської війни показав неспроможність НАТО протистояти російській агресії, тому наразі існування альянсу не має сенсу (5:15), однак останнє твердження є безпідставним, адже Грузія не була повноправним

членом альянсу на момент початку війни [111]. Також А. Шарій заявив, що звернення Д. Медведева у серпні 2009 року погано вплинуло на рейтинг тодішнього Президента України В. Ющенка і знищило його шанси на другий термін (6:08), але насправді опитування соціологічної групи «Рейтинг» фіксують зростання рейтингу тодішнього президента з серпня [112] по жовтень [113]. Тому стверджуємо, що стандарт «Достовірність» у цій публікації А. Шарія активно порушується.

Матеріал порушує стандарт «Відповідність суспільній моралі», однобоко подаючи виключно російську позицію стосовно початку російсько-грузинської війни, підтримуючи грубі та вульгарні звинувачення української влади представником країни-агресора і просовуючи наратив російської пропаганди, який розмежовує народ та обране ним керівництво держави. Автор є відкритим політичним діячем, опозиційним до діючої влади, тому не порушує стандарт «Прозорість особистого інтересу», коли критикує українське керівництво стосовно утисків опозиції. Також стандарт «Відкритість особистості» не порушено.

Завантажене на відеохостинг YouTube 11 жовтня 2021 року відео «Антон Поляков. Хто віддав наказ?» є черговим з популярних жовтневих творів А. Шарія, матеріал зібрав понад мільйон переглядів станом на 18 листопада. У відео автор аналізує причини та реакцію на передчасну загибель народного депутата IX скликання А. Полякова, яка сталась 8 жовтня 2020 року [114].

Автор демонструє порушення стандарту «Посилання на джерела» неодноразово. Вперше це відбувається, коли ведучий стверджує, що у померлого А. Полякова ніколи не було абсолютно ніяких проблем зі здоров'ям, не вказуючи джерела повідомлення (2:20, 6:05). Далі автор кілька разів заявляє, що Офіс Президента України контролює медіа, серед яких є і телеканал Україна 24, не підкріплюючи тезу доказами (3:00). Втретє автор не посилається на джерела, коли звинувачує С. Лещенка у співпраці з ОПУ та поширенні вигідних українській владі тез у інформаційному просторі (3:40).

Вкотре стандарт порушується, коли автор звинувачує В. Зеленського у злочинах, знову не посилаючись на джерела (5:15). Коли ж блогер дає власне трактування обставин загибелі А. Полякова, автор описує альтернативну офіційній версію подій, підтверджуючи свої слова лиш анонімними джерелами та вкотре прямо звинувачуючи В. Зеленського у вбивстві (7:50).

Стандарт «Достовірність» також порушується, однак не так часто, як «Посилання на джерела». Відео починається з переліку блогером причин смерті А. Полякова, які, за словами мовця, цілеспрямовано озвучуються владою через «підконтрольні канали». Автор стверджує, що влада через підконтрольні канали комунікації намагається розповсюдити гіпотезу, що смерть А. Полякова наступила внаслідок гострої серцевої недостатності, яка спричинена сімейними обставинами (1:30). Свої слова він підтверджує фрагментом з ток-шоу, на якому народна депутатка Г. Янченко справді говорить про ймовірні проблеми з серцем у А. Полякова. Однак висловлювання депутатки фраза вирвано з контексту і обрізано таким чином, щоб відповідати тезі блогера, адже у повній версії виступу про сімейні обставини Полякова не йдеться [115, 46:55]. Також А. Шарій у відео стверджує, що ОП має контроль над деякими медійними ресурсами, серед яких є телеканал «Україна 24». Прямих доказів цієї тези не наведено. Однак, згідно з інформацією з відкритих джерел, власником телеканалу є бізнесмен Р. Ахметов [116].

Відео порушує стандарт «Відповідність суспільній моралі», поширює серед аудиторії конспірологічну теорію моделює конспірологічну теорію, ґрунтуючись на інформації анонімних джерел, безпідставно та неодноразово звинувачує В. Зеленського у замовному вбивстві, вириває фрази з контексту для підтвердження власних тез та використовує дегуманізацію і мову ненависті по відношенню до деяких політичних діячів. Стандартам «Відкритість особистості» та «Прозорість особистого інтересу» відео відповідає.

Третім з популярних жовтневих відео А. Шарія, які станом на 18 жовтня зібрали понад один мільйон переглядів, є «Брехня Путіна про газовий шантаж Кремля», опубліковане 11 жовтня 2021 р на YouTube каналі блогера. Автор у ролику переглядає відео з коментарями президента Росії на тему газової кризи у Європі, пояснюючи своїм глядачам суть сказаного та однозначно підтримуючи меседжі В. Путіна, в яких зокрема критикується європейське антимонопольне законодавство, що заважає запуску газопроводу «Північний-потік 2» [117].

Численні проблеми з виконанням стандарту «Посилання на джерела» присутні і в цьому відео, адже автор стверджує про те, що «весь світ» стежить за тим, як газову кризу в Європі прокоментував В. Путін (0:10), що українському народові приховані сили заважають обрати на виборах достойних осіб (0:41), що принаймні частина українських опозиційних сил має зв'язки з ОПУ (1:20), що НАТО «обіцяло» Російській Федерації припинити розширення на Схід (4:35), що експерт М. Крутіхін заявляв про неможливість завершення газогону «Північний потік-2» (13:45), що газотранспортна система України у поганому технічному стані та страждає зокрема від корозії (21:19). Жодну з перерахованих тез А. Шарій не підкріпив доказами або хоч та джерелами інформації, тому глядач не зможе самостійно перевірити надані блогером дані, тому ми фіксуємо порушення стандарту «Посилання на джерела».

Матеріал має чітко виражені проблеми з виконанням стандарту «Достовірність». Хоч А. Шарій і заявив про те, що «весь світ» стежив за цим виступом В. Путіна (0:10), насправді повне відео його виступу на офіційному YouTube-каналі Russia Today [118] зібрало близько 187 тисяч переглядів, це більш ніж у 5 разів менше, ніж відео самого А. Шарія на цю тему. Далі блогер стверджує, що приховані сили не дозволяють українцям підтримати на виборах справді корисні для держави політичні сили (0:50), однак останні президентські вибори визнані Організацією з безпеки і співробітництва в Європі вільними [119].

Далі А. Шарій непрямо заявляє, що В. Зеленський став Президентом України лише завдяки підтримці виборців з південно-східних регіонів України (3:20), однак це твердження не відповідає дійсності, адже чинний Президент України у II турі президентських виборів у 2019 році отримав абсолютну більшість голосів виборців у всіх областях України за виключенням Львівської області [120]. Шарій стверджує, що не розуміє, чим Російська Федерація загрожує Європі і що країни блоку НАТО дарма готуються до ймовірного протистояння з Росією (7:20), однак про анексію АР Крим у 2014 році він точно знає [121], а це був перший випадок захоплення території однієї держави сусідньою державою на європейському континенті з часів Другої світової війни [122]. Блогер переконує глядача, що газова криза в Європі спричинена обмеженнями на використання газопроводу «Північний потік-2» і єдиним можливим вирішенням ситуації є послаблення цих обмежень (14:31), але це твердження не відповідає дійсності, адже, як стверджує ТОВ «Оператор ГТС України», Росія не використовує весь доступний потенціал української ГТС та стабільно зменшує її використання протягом останніх років [123]. Про це блогер своїй аудиторії не повідомив.

Наприкінці відео А. Шарій висміяв Президента України його через те, що його вислів про надмірну забрудненість російського газу не відповідає дійсності (19:00), однак повністю фраза очільника держави звучала так: «Російський газ є найбруднішим у світі через значні викиди метану в процесі видобутку та транспортування, а також через корупцію, шантаж і маніпуляції» [124], - тому цей вислів В. Зеленського варто сприймати у переносному значенні, в якості метафори. Натомість блогер подав частину цитати у буквальному сенсі. Всі перераховані маніпуляції ми трактуємо як порушення стандарту «Достовірність».

Окрім вищеописаних маніпуляцій та надання недостовірної інформації, відео містить і інші порушення стандарту «Відповідність суспільній моралі». Автор поширює безпідставні конспірологічні теорії про недоступність виборів для українців та змову світових медіа (0:47, 19:33). А. Шарій також у

вульгарній формі принижує українських і європейських політичних діячів (3:10, 16:15, 16:50), а також глядачів, що вважають розглянуте відео проросійським (2:10, 10:13). Також автор дозволяє собі іронізувати над тезою про те, що В. Путін – це президент країни-агресора (9:45), проводить нецензурні аналогії (14:46) та відкрито закликає до війни (20:40). Заголовок відео «Брехня Путіна про газовий шантаж Кремля» є клікбейтом, адже про брехню Путіна у ролику не йдеться, таку назву автор, ймовірно, вибрав для привернення уваги аудиторії. Стандарти «Відкритість особистості» та «Прозорість особистого інтересу» знову не порушено.

Підсумовуючи отримані під час аналізу популярних відео А. Шарія дані, ми можемо виділити такі особливості подачі інформації, які найбільш активно проявляються у діяльності блогера:

- Надмірна лояльність до російської сторони. У двох з розглянутих відео автор возвеличує російських політичних діячів та принижує політиків інших держав, найбільшою мірою українських. У конфліктних ситуаціях автор відкрито відстоює російську точку зору, підтримує політику В. Путіна та ігнорує факти, які суперечать правоті російської сторони;
- Прихильність до створення конспірологічних теорій. У кожному з розглянутих відео А. Шарія помітно або формування нових, або ж розповсюдження вже існуючих конспірологічних теорій серед своєї аудиторії. Блогер часто аргументує свою позицію бездоказовими твердженнями та звинувачує українське керівництво, ґрунтуючись на них.
- Відсутність посилань на джерела інформації. Розповсюдженням порушенням у матеріалах А. Шарія є відсутність посилань на джерела інформації, навіть коли вони є важливими для розуміння контексту ситуації і стосуються важливих та актуальних для українського суспільства тем.

Онлайн-медіа «Шарий.net» присвятило 7 публікацій статті Д. Медведєва, яка стала інформаційним приводом для відео А. Шарія «Що означає послання Дмитра Медведєва». Цілих п'ять публікацій було присвячено виключно цитуванню різноманітних тез статті колишнього Президента Російської Федерації [125] [126] [127] [128] [129] і лише дві – відповіді українських політичних діячів на його заяви [130] [131], що дає нам підстави говорити про незбалансованість у представленні різних точок зору. Ще однією особливістю публікацій є часте використання прямого цитування, тому і тези Д. Медведєва подаються в оригінальному вигляді, навіть коли містять нецензурну лексику та вульгарні порівняння. Конспірологічні ж традиції блогера оминули матеріали цієї теми, ймовірно, через обмеження інформаційної групи жанрів, до якої належать всі окреслені публікації. На відміну від відео А. Шарія видання «Шарий.net» у кожному матеріалі посилається на джерела.

Передчасна смерть А. Полякова обговорювалась не лише у популярному відео А. Шарія, а й на сторінках видання «Шарий.net». Загалом з дня смерті депутата 8 жовтня по день його похоронів 11 жовтня ресурс опублікував 21 текстовий матеріал. Традиція відео А. Шарія по возвеличенню російського політикуму та приниженню українського не проявляється у цих матеріалах, натомість надмірна увага до конспірологічних теорій та прояви недовіри до офіційної версії смерті депутата по природним причинам помітні як у відео блогера, так і у публікаціях пов'язаного з ним медіа. Адже «Шарий.net» присвятив 4 матеріали [132] [133] [134] [135] інформаційним приводам, які не мають або прямого відношення до самої трагедії, або надійного підтвердження та джерела інформації і виступають у ролі підґрунтя для конспірологічних теорій. З 21 публікації на веб-сайті Шарий.net за окреслений період лише одна посилається на анонімні джерела, матеріал «Поляков жив зі Скорохід, але вона його кинула - ЗМІ» досліджує тему особистого життя депутата, спираючись на чутки [139].

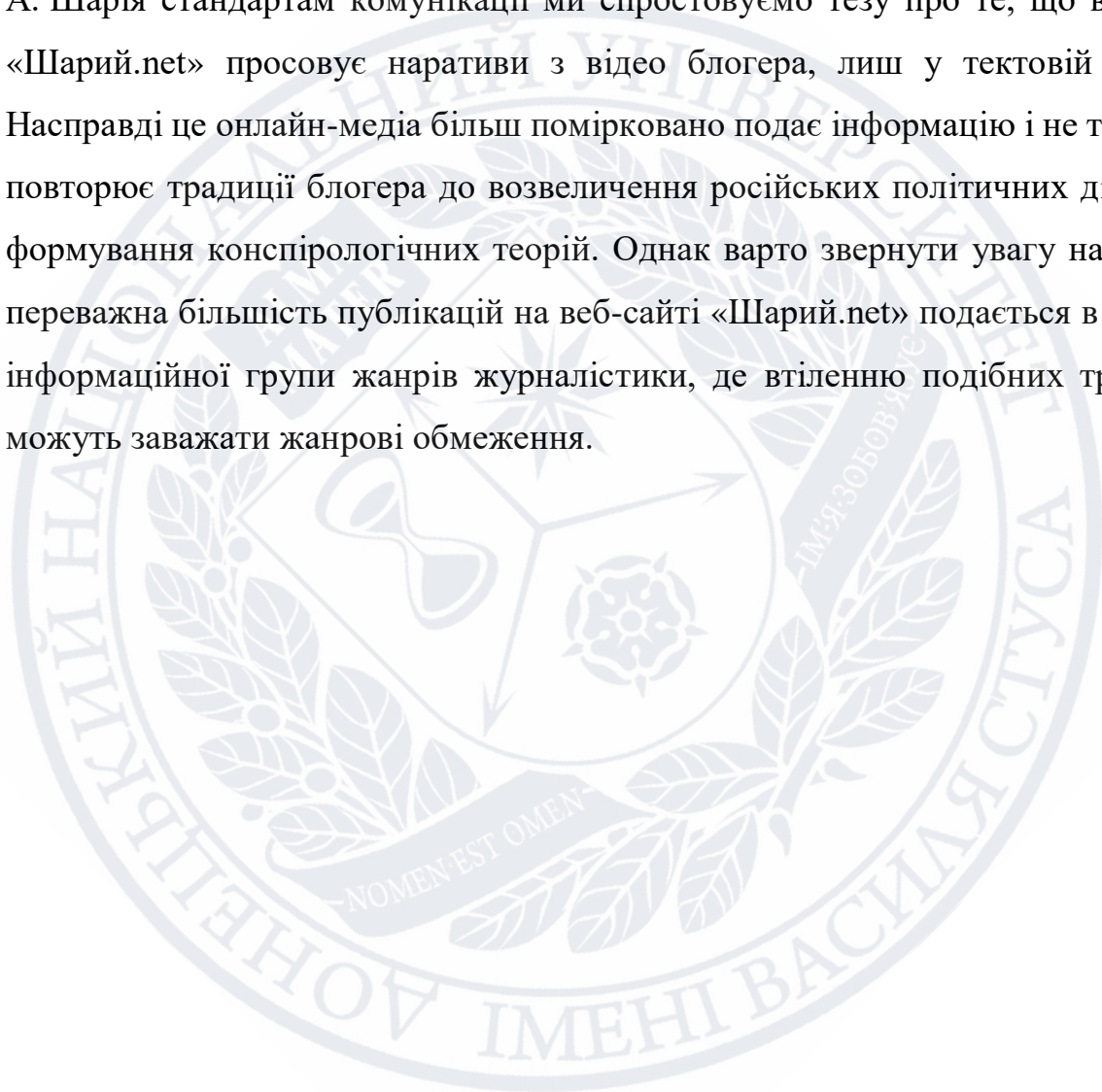
Темі виступу В. Путіна на форумі «Російський енергетичний тиждень», про який А. Шарій зняв відео «Брехня Путіна про газовий шантаж Кремля», видання «Шарій.net» присвятило всього 3 публікації [136] [137] [138] і конкrentно в публікаціях на цю тему традиція подачі інформації блогера проявляються найбільш слабо. Традиція лояльності блогера до російського керівництва опосередковано проявляється у матеріалах на сайті лише у відсутності фактчекінгу слів В. Путіна. Наприклад, публікація «Путін розповів про наслідки збільшення транзиту газу через Україну» [136] прямо цитує російського президента, коли той заявляє, що українська ГТС не витрамає збільшення транзиту через її поганий технічний стан, однак, за словами Оператора ГТС України [123], обсяги транзиту за жовтень 2020 року зменшились навіть у порівнянні з показниками останніх років. Конспірологічні традиції не проявляються ніяким чином. Видання «Шарій.net» у кожній з цих трьох публікацій посилається на джерела, що вигідно його відрізняє від відео А. Шарія

Отже, у трьох найбільш популярних жовтневих відео А. Шарія присутні численні порушення стандартів комунікації «Посилання на джерела», «Достовірність» та «Відповідність суспільній моралі». Декларовані автором цінності патріотизму та об'єктивної подачі інформації, яких він обіцяв притримуватись у своїй діяльності, не відповідають дійсності, адже А. Шарій відкрито відстоює російську точку зору в конфліктних ситуаціях, ігнорує факти, що дискредитують російську владну верхівку, формує та поширює конспірологічні теорії, якими пояснює причини та наслідки деяких політичних процесів у сучасній Україні, а також ігнорує необхідність вказування посилань на джерела інформації.

У відео цього блогера стандарти достовірності та посилань на джерела активно порушуються, однак навіть не у другорядних та неважливих деталях тез А. Шарія, а у його аргументації. Стандарт «Відповідність суспільній моралі» порушується не лише численними проявами маніпуляцій та необ'єктивності у відео автора, а й у використанні емоційно забарвленої

лексики, мови ненависті та вульгаризмів у матеріалах А. Шарія. Однак головна небезпека для аудиторії блогера полягає саме в тому, що саме на фейках, узагальненнях, анонімних джерелах та конспірологічних теоріях будується аргументація автора, коли він обговорює важливі та критичні для українського суспільства питання.

Однак водночас з підтвердженням тези про невідповідність контенту А. Шарія стандартам комунікації ми спростовуємо тезу про те, що видання «Шарий.net» просовує наративи з відео блогера, лиш у тектовій формі. Насправді це онлайн-медіа більш помірковано подає інформацію і не так явно повторює традиції блогера до возвеличення російських політичних діячів та формування конспірологічних теорій. Однак варто звернути увагу на те, що переважна більшість публікацій на веб-сайті «Шарий.net» подається в рамках інформаційної групи жанрів журналістики, де втіленню подібних традицій можуть заважати жанрові обмеження.



ВИСНОВКИ

Отже, хоч виникнення та популяризація онлайн-блогів і тісно пов'язана з поширенням інтернету, дослідники називають цілий перелік писемних форм, які були поширені ще до виникнення блогу, однак виконували подібні функції. До «предків» блогів відносять судовий журнал, листи римських прареporterів, конспекти учнів епохи Відродження, коментарі, памфлети та щоденники. Таке розмаїття споріднених жанрів є першим свідченням широти поняття «блог».

Наразі не існує єдиної точки зору на рік зародження блогів, однак одним з перших онлайн-щоденник почав вести Д. Холл у 1994 році. Вже через 8 років блогери стануть достатньо авторитетними джерелами, щоб в деяких випадках виконувати функцію соціальної критики більш ефективно, ніж журналісти. У 2002 році в США скандал, спричинений блогерськими публікаціями, змусить сенатора Т. Лотта покинути пост лідера республіканської більшості у Сенаті США.

У 2005-2006 році українська політична блогосфера почала активно розвиватись та перші вітчизняні онлайн-видання почнуть додавати розділи з блогами на свої веб-сайти. До них відносяться «Кореспондент», «Українська Правда», «Новинар» та інші ЗМІ. Блоги є органічним продовженням традиції масової комунікації до прийняття зручної для аудиторії форми. У сьогоdnішній Україні, як і загалом у світі, блоги активно відбирають аудиторію у класичних медіа, що трансформуює медійний ринок та змушує ЗМІ, які втратили монополію на розповсюдження масової інформації, шукати нові способи привабити та втримати аудиторію.

Щоб більш докладно розкрити питання тотожності блогів та журналістики ми визначили змістовні та формальні рамки поняття «блог» за допомогою різноманітних підходів до його класифікації, яких є безліч. За панівною формою подачі інформації, за авторським складом, за змістом, за тематикою, за відкритістю авторства, за середовищем розміщення, за особливостями змісту та за кількістю обмежень платформи. Всі ці

класифікації підтверджують великі жанрові рамки блогу, який є поняттям більш широким, ніж журналістика. Адже журналістську працю визначають об'єктивні якісні критерії, а блог – в першу чергу спосіб поширення будь-якої інформації. Однак, хоч блог – це широке поняття, він достатньо схожий на журналістику, щоб обговорювати їх тотожність у деяких аспектах, але все ж недостатньо близькі для того, щоб вступити в симбіоз та злитись в єдине поняття.

Аналіз блогів на соціально-політичну вимагає від нас дослідження трансформації політичної комунікації під впливом сучасного інтернет-феномену. По-перше, блоги та соціальні мережі сприяють розвитку та еволюції демократичних процесів. Особливою є роль блогів та соціальних при авторитарних режимах, традиційні ЗМІ в яких не виконують функцію соціальної критики. В таких умовах саме надані онлайн-середовищем свободи дарують суспільству незалежний канал комунікації, зручний інструмент для мобілізації населення та джерело інформації. У країнах зі стійкими демократичними інститутами блогосфера та соціальні мережі, на думку деяких дослідників, сприяють переходу від представницької демократії до демократії співучасті.

По-друге, для політиків популяризація блогінгу та соціальних мереж зменшила цінність доступу до класичних ЗМІ, який ще кілька десятиліть тому був головною запорукою успіху інформаційних кампаній. Щоб отримати успіх у електорату, політик тепер повинен бути представленим у соціальних мережах, одночасно демонструючи як унікальність свого медійного образу, так і подібність до свого потенційного виборця.

По-третє, у трансформованій блогосферою та соціальними мережами політичній комунікації більше влади над політиками отримують рядові громадяни. Вони більше не є пасивними спостерігачами за політичними процесами і можуть публічно критикувати та звертатись особисто до політика, що в традиційних медіа реалізувати було значно складніше.

По-четверте, відкритість блогінгу та соціальних мереж дарує маргінальним спільнотам медійний майданчик, що може мати негативні наслідки для суспільства. Адже цими свободами вільні користуватись як звичайні категорії населення, що не представлені в медіа достатньо, наприклад, люди з інвалідністю, так і терористичні організації, секти та шахраї, які не мають доступу до статусних традиційних медіа. Всім цим змінам у політичній комунікації не можна дати однозначну оцінку, однак необхідно знайти способи обмежити доступність блогосфери в якості майданчика для поширення пропаганди, чому і присвячено подальшу роботу.

Щоб зрозуміти причини порушення стандартів комунікації у блогових матеріалах, необхідно проаналізувати фактори впливу на процес їх створення. Порівнюючи роботу журналіста та блогера, важливо відмітити численні компроміси, на які доводиться йти першому в своїй діяльності. Журналістів до роботи мотивує в першу чергу службовий обов'язок, поки блогери вільні висвітлювати будь-які теми, які їх цікавлять. Журналіст зобов'язаний жертвувати власними свободами в роботі та нести відповідальність за свої матеріали, поки свободи блогера формально нічим не обмежуються та відповідальність залишається не обов'язковою.

Українське законодавство дає журналістам переваги у доступі до інформації над блогерами. Незалежність блогерів від статусних обмежень загострює прояви неетичної конкуренції у блогосфері, хоча вони властиві і традиційним медіа. Українська аудиторія стабільно втрачає інтерес до традиційних медіа та обирає соціальні мережі головним джерелом інформації. Блог більш відкритий до зворотного зв'язку, ніж традиційні медіа, а онлайн-середовище поширення блогів має безліч технічних особливостей, які ускладнюють цензуру. Нарешті, низка світових та вітчизняних наразі ускладнюють роботу журналістів та змушують їхню аудиторію шукати альтернативні джерела інформації. Журналістика та блогерство, хоч і мають спільну аудиторію, задовольняють її різні запити, тому ми вважаємо недоцільним прогнозувати занепад журналістики через популярність блогерів,

більшість з яких занадто незалежні, численні та непідзвітні, щоб задовольнити запит аудиторії у якісному інформаційному продукті.

Однак які є шляхи підвищення статусності та надійності онлайн-блогів? Одним зі способів подолання кризи змістовного наповнення журналістських текстів на початку минулого століття стало створення кодексів професійної етики, які регламентували діяльність журналістів, щоб захистити суспільство від можливого деструктивного впливу медіа. Безліч подібних збірників правил роботи має не лише журналістика, але і споріднені з нею діяльності – реклама та PR, тому ми бачимо цінність у створенні подібних правил і для блогерської діяльності, які завадять використовувати блоги для поширення маніпуляцій та пропаганди, зберігаючи характерні ознаки онлайн-щоденників.

Результатом аналізу та узагальнення етичних кодексів інших спеціальностей, що передбачають масову комунікацію, стало виділення п'яти стандартів комунікації для блогерів:

- *Посилання на джерела* – стандарт властивий журналістиці та вимагає, щоб тези блогера завжди містили ідентифіковане та надійне джерело інформації, безпідставне використання анонімних джерел забороняється;
- *Прозорість особистого інтересу* – властивий рекламній та PR діяльностям стандарт, який змушує блогера відкрито повідомляти аудиторії, якщо той має особистий інтерес у темі, яку висвітлює. Це допоможе зробити аудиторії висновки про об'єктивність мовця у тій чи іншій тематиці;
- *Відкритість особистості* – ще один стандарт з журналістики, який забороняє блогеру вести діяльність анонімно, адже в умовах нестабільної суспільно-політичної ситуації в Україні анонімні блоги часто стають середовищем поширення пропаганди та інформаційних зливів.

- *Достовірність* – властивий в різних формах рекламній, PR та журналістській діяльності. Вимагає від автора поширювати виключно достовірну інформацію.
- *Відповідність суспільній моралі* – черговий стандарт, властивий кожній з розглянутих діяльностей. Блогер повинен використовувати етичні методи поширення свого контенту, комунікації з аудиторією. Уникати у діяльності мови ненависті та інших деструктивних дій.

Необхідність використання блогерами цих професійних стандартів доводять результати проведеного моніторингу онлайн-видання блогів Russia Today. Ми розглянули не лише їх відповідність виділеним нами стандартам комунікації, але і прослідкували приховані прояви пропаганди, які спільні як для редакції самого видання, так і для його блогерів. Адже «велике» RT висвітлювала тему ймовірного отруєння О. Навального, приховуючи рід діяльності опозиціонера, практично повністю ігноруючи позицію його родини та прихильників і категорично відкидаючи ймовірність отруєння. Ці маніпулятивні прояви підсилюються блогерами RT, які також ігнорують рід діяльності опозиціонера, надаючи йому глузливі епітети, однобоко подають інформацію, та не лише відкидають ймовірність отруєння, але і відверто висміюють подібні припущення. Повертаючись до стандартів комунікації можемо констатувати, що блогери RT виконують стандарти «Прозорість особистого інтересу» та «Відкритість особистості», однак мають порушують правила «Посилання на джерела», «Достовірність» і головною мірою «Відповідність суспільній моралі».

Приховані пропагандистські проросійські наративи виявлено і у відео популярного блогера А. Шарія. Вони мають численні порушення стандартів «Посилання на джерела», «Достовірність» та «Відповідність суспільній моралі», які проявляються у тих елементах оповіді, на яких автор будує свою аргументацію. Характерними ознаками відео А. Шарія є надмірна прихильність до російської сторони, створення конспірологічних теорій та низька кількість посилань на джерела.

Ці ознаки не дублюються в повній мірі виданням «Шарий.net», воно більш помірковано та об'єктивно подає інформацію, утримуючись від надмірного поширення конспірології та майже не порушуючи вимоги до посилань на джерела. Однак варто звернути увагу на те, що більшість публікацій видання подається у рамках інформаційних жанрів журналістики, де подібні подібні порушення заважають втілювати жанрові обмеження.

Отже, онлайн-блоги, які на перший погляд є незалежним та об'єктивним джерелом інформації, також можуть використовуватись заради поширення пропаганди та маніпуляцій. Передумовами для цього є незалежність, масовість та поширена серед блогерів анонімність. Притримуючись виділених у роботі стандартів комунікації, блогери зможуть не лише підвищити надійність своєї інформації, здобути прихильність аудиторії та підвищити соціальний статус своєї діяльності, але і по-справжньому конкурувати за увагу аудиторії не лише на кількісному, але і на якісному рівнях, що піде на користь як учасникам цього протистояння, так і їх аудиторії, адже головним двигуном прогресу є конкуренція.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Панасенко А. Р. Блог як різновид масової журналістики в умовах інформаційного суспільства. *International Journal of Innovative Technologies in Social Science*. 2020. № 1. С. 21–23.
2. Blog definition and meaning. URL: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/blog> (дата звернення: 18.11.2021).
3. Недбай В. В. Блог як феномен політичної комунікації. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія "Питання політології"*. 2015. № 14. С. 156-162
4. Blogging as Social Action: A Genre Analysis of the Weblog. URL: <https://conservancy.umn.edu/handle/11299/172818> (дата звернення: 18.11.2021).
5. After 10 Years of Blogs, the Future's Brighter Than Ever. URL: <https://www.wired.com/2007/12/after-10-years-of-blogs-the-futures-brighter-than-ever/> (дата звернення: 18.11.2021).
6. Жиленко І. Р. Стародавній світ: зародження медійних явищ : навчальний посібник. Суми, 2016. 159 с.
7. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підручник для студентів галузі 0303 “журналістика та інформація”. Київ, 2008. 260 с.
8. Спасибо І. А. Щодо історії виникнення глобальної мережі інтернет. *Право та інновації*. 2014. №3. С. 15-25.
9. Digital 2021: Global Overview Report URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report> (дата звернення: 18.11.2021).
10. Вარიбок К. О. Українські політичні блогери як альтернативне джерело інформації. *Ефекти та тренди новітніх медіа: блогосфера, мікроблогінг, соціальні мережі, подієві комунікації, геосоціальні сервіс:*

- матеріали міжрег. наук-практ. конф., м. Київ, 11 травня 2021 р. Київ, 2021. С. 78-81
11. How Many Blogs Are There? URL: <https://websitesetup.org/news/blogging-statistics/> (дата звернення: 18.11.2021).
 12. Time to get a life -- pioneer blogger Justin Hall bows out at 31. URL: <https://www.sfgate.com/news/article/Time-to-get-a-life-pioneer-blogger-Justin-Hall-2697359.php> (дата звернення: 18.11.2021).
 13. The BradLands: Must See HTTP://. URL: https://web.archive.org/web/20110808065453/http://www.bradlands.com/weblog/comments/september_10_1999/ (дата звернення: 18.11.2021).
 14. Волтер А. Інноватори: Як група хакерів, геніїв та гіків здійснила цифрову революцію. Київ, 2017. 488 с.
 15. Кузнецова О. Ідентичність блога і ЗМІ. *Теле- та радіожурналістика*. 2013. №12. С. 117-123.
 16. Lott resigns as US senate majority leader. URL: <https://www.theguardian.com/world/2002/dec/20/usa.sarahleft> (дата звернення: 18.11.2021).
 17. Михайлова О. Ю. Блогосфера як інструмент соціокультурних трансформацій у сучасній Україні. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України*. 2014. №4-5. С. 130-141.
 18. Мудра І. Класифікація журналістських блогів. *Вісник національного університету "Львівська політехніка", серія: "Журналістські науки"*. 2019. №3. С. 76-80
 19. Стеблина Н. О. То чи є блог жанром? До питання про функціональність мережових текстів (на матеріалі політичних блогів «Української правди»). *Проблеми сучасного літературознавства*. 2016. №22. С. 54-65.
 20. Verified Badges. Instagram Help Center. URL: <https://help.instagram.com/854227311295302> (дата звернення: 18.11.2021).

- 21.Артюхина Е.В. Интернет как средство политической коммуникации. *Вести Волгоградского государственного университета*. 2008. № 2. С. 121-123.
- 22.Данько Ю. Соціальні мережі як засіб політичної комунікації. *European political and law discourse*. 2015. № 2. С. 204-209.
- 23.Freedom House. Internet Freedom Scores. URL: <https://freedomhouse.org/countries/freedom-net/scores> (дата звернення: 18.11.2021).
- 24.Володенков С. В. Теория коммуникации Х. А. Инниса и современные информационнокоммуникационные технологии: политологический анализ. *Социально-политические науки*. 2011. №1. С. 166-167.
- 25.Iran and the “Twitter Revolution”. URL: <https://www.pewresearch.org/journalism/2009/06/25/iran-and-twitter-revolution/> (дата звернення: 18.11.2021).
- 26.The truth about Twitter, Facebook and the uprisings in the Arab world. URL: <https://www.theguardian.com/world/2011/feb/25/twitter-facebook-uprisings-arab-libya> (дата звернення: 18.11.2021).
- 27.How social media is fuelling Ukraine's protests. URL: https://www.thestar.com/news/world/2014/02/05/ukraines_revolutionary_movement_euromaidan_stays_organized_with_social_media.html (дата звернення: 18.11.2021).
- 28.Що таке телеграм-канал NEXTA і як він з'явився. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-53736567> (дата звернення: 18.11.2021).
- 29.Степан Путило о том, как Nexta разоблачал Лукашенко. URL: <https://www.dw.com/ru/zolotoe-dno-kak-komanda-telegram-kanala-nexta-razoblachala-lukashenko/a-56827753> (дата звернення: 18.11.2021).
- 30.Морозова О.Н. Политическая Интернет-коммуникация: ее роль, функции и формы. *Политическая лингвистика*. 2011. №1. 156-158

- 31.Сахань О. М. Про використання соціальних мереж інтернету як засобу створення іміджу політичної влади в Україні. *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*. 2014. № 2. С. 143-154.
- 32.Кирилюк Ф.М., Конверський А.Є., Білик В.Ф. Політологія: Навчально-методичний комплекс: навч. посіб. Київ: Київський нац. ун-т ім. Т. Шевченка 2004. 697 с.
- 33.Володимир Зеленський. Шлях на Банкову. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/29901652.html> (дата звернення: 18.11.2021).
- 34.Команда Зеленського поки що представляє нам його віртуальний образ — науковий директор «Демініціатив». URL: <https://hromadske.ua/posts/komanda-zelenskogo-poki-sho-predstavlyaye-nam-jogo-virtualnij-obraz-naukovij-direktor-deminiciativ> (дата звернення: 18.11.2021).
- 35.Війна Трампа проти Twitter: як і чому президента США обурила глобальна платформа мікроблогів. URL: <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/26220/2020-12-18-viyna-trampa-proty-twitter-yak-i-chomu-prezydenta-ssha-oburyla-globalna-platforma-mikroblogiv/> (дата звернення: 18.11.2021).
- 36.Казаринова Д.Б. Новые медиа как политические проекты и элементы мягкой силы в современном политическом процессе. *Вестник РУДН, (Политология)*. 2014. №1. С. 128-131.
- 37.Вершинин М. С. Политическая коммуникация в информационном обществе. *Актуальные проблемы теории коммуникации: сборник научных трудов*. СПб, 2004. С. 195-197.
- 38.Щорічне опитування USAID-Internews «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа у 2020 р.». URL:

- <https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2020/10/2020-Media-Consumption-Survey-FULL-FIN-Ukr-1.pdf> (дата звернення: 18.11.2021).
39. Tokyo subway attack of 1995. Britannica. URL: <https://www.britannica.com/event/Tokyo-subway-attack-of-1995> (дата звернення: 18.11.2021).
40. АУМ Синрикё. LiveJournal. URL: <https://web.archive.org/web/20170504234555/http://sinrikyo.livejournal.com/> (дата звернення: 18.11.2021).
41. АнтиМайдан. Вконтакте. URL: <https://vk.com/adekvatnik> (дата звернення: 18.11.2021).
42. Народный совет ДНР. Facebook. URL: <https://www.facebook.com/narodniy.sovet.dnr/> (дата звернення: 18.11.2021).
43. Антимайдан и нас 924 000, с нами Правда и Бог! URL: <https://ok.ru/antimaydan.nda> (дата звернення: 18.11.2021).
44. Бій не заради слави. Як китайські блогери пропагують націоналізм і борються з Заходом. BBC. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/features-59236084?at_campaign=64&at_custom4=C6E9BEE8-431C-11EC-AC68-09BC923C408C&at_custom2=facebook_page&at_custom1=%5Bpost+type%5D&at_medium=custom7&at_custom3=BBC+News+Ukraine&fbclid=IwAR1pgfYKDrH2d3JHIKtSgTzxffL06kcgsJxaS0DZT419uRn1P415sBWvm8 (дата звернення: 18.11.2021).
45. Біографія пропагандиста: хто такий насправді Анатолій Шарій. Радіо Свобода. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/biohraphiya-propahandysta-hto-takyy-anatoi-y-shariy/31284788.html> (дата звернення: 18.11.2021).
46. Стандарти журналістики: основи професійності чи застарілі рамки? ІМІ. URL: <https://imi.org.ua/articles/standarti-jurnalistiki-osnovi-profesiynosti-chi-zastarili-ramki-i178> (дата звернення: 18.11.2021).
47. Вячеслав Варванин: "Никакой блоговой журналистики нет!". Вебпланета. URL:

- <http://www.webplanet.ru/interview/business/2006/08/28/lenta.html> (дата звернення: 18.11.2021).
- 48.Зернуцька О. Глобальна політична блогосфера – нова арена політичної комунікації. Політичний менеджмент. 2009. №2. С. 13-26.
- 49.«Громадянська журналістика доповнює професійну». DW. URL: <https://www.dw.com/uk/%D0%B3%D1%80%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D0%B4%D1%8F%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0-%D0%B6%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0-%D0%B4%D0%BE%D0%BF%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D1%8E%D1%94-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%84%D0%B5%D1%81%D1%96%D0%B9%D0%BD%D1%83/a-3422932> (дата звернення: 18.11.2021).
- 50.Fortunati L. Reflections on Mediated Gossip URL: https://www.academia.edu/18304597/Reflections_on_Mediated_Gossip (дата звернення: 18.11.2021).
- 51.Журналіст VS Редактор: поради Отара Довженка “як переживати втручання чужих мацаків у свій текст”. URL: <https://www.uaredactor.com.ua/zhurnalist-vs-redaktor/> (дата звернення: 18.11.2021).
- 52.Барометр свободи слова. IMI. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/barometr-svobody-slova> (дата звернення: 18.11.2021).
- 53.Про оплату праці: Закон України від 24.03.1995 № 108/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/108/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 18.11.2021).
- 54.Правила світу інформації: як українським медіа наблизитися до європейських стандартів. URL: <https://rm.coe.int/fm-informationrules-2019-web-final/168098e10f> (дата звернення: 18.11.2021).

55. Yanagizawa-Drott D. Propaganda and Conflict: Evidence from the Rwandan Genocide. *The Quarterly Journal of Economics*. 2014. №4. С. 1947–1994.
56. Журналісти і блогери: хто кого? URL: https://texty.org.ua/articles/29669/Zhurnalisty_i_blogery_khto_kogo-29669/ (дата звернення: 18.11.2021).
57. Про інформацію: Закон України від 02.10.1992 № 2657-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text> (дата звернення: 18.11.2021).
58. Про друковані засоби масової інформації (преси) в Україні: Закон України від 16.11.1992 № 2782-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2782-12#Text> (дата звернення: 18.11.2021).
59. Про телебачення і радіомовлення: Закон України від 21.12.1993 № 3759-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3759-12#Text> (дата звернення: 18.11.2021).
60. Про інформаційні агентства: Закон України від 28.02.1995 № 74/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/74/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 18.11.2021).
61. Про доступ до публічної інформації: Закон України від 13.01.2011 № 2939-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text> (дата звернення: 18.11.2021).
62. UNITED STATES COURT OF APPEALS FOR THE NINTH CIRCUIT. URL: <http://cdn.ca9.uscourts.gov/datastore/opinions/2014/01/17/12-35238.pdf> (дата звернення: 18.11.2021).
63. Yellow journalism definition and meaning URL: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/yellow-journalism> (дата звернення: 18.11.2021).
64. Принцесса Диана: 7 дней после | Документальный фильм Би-би-си. URL: <https://youtu.be/gMcNhFeG0So> (дата звернення: 18.11.2021).

- 65.Новий мовний скандал. Чоловіка не взяли у Києві на роботу бо він україномовний URL: <https://www.youtube.com/watch?v=LIQnkaLvz4U&t=1s> (дата звернення: 18.11.2021).
- 66.Words We're Watching: 'Streisand Effect'. URL: <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/words-were-watching-streisand-effect-barbra> (дата звернення: 18.11.2021).
- 67.Кіпіані повідомив про продаж понад 100 тисяч примірників книжки про Стуса. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/3282337-kipiani-povidomiv-pro-prodaz-ponad-100-tisac-primirnikiv-knizki-pro-stusa.html> (дата звернення: 18.11.2021).
- 68.Депутат Трухін і новина про ДТП, яка зникла з сайтів: що відомо. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-58385341> (дата звернення: 18.11.2021).
- 69.І все ж таки: чи блогери є журналістами? URL: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/10096/2011-03-20-i-vse-zh-taky-chy-blogery-ie-zhurnalistamy/> (дата звернення: 18.11.2021).
- 70.Українські медіа: проблеми та перспективи. URL: <https://detector.media/blogs/article/119638/2016-10-12-ukrainski-media-problemy-ta-perspektyvy/> (дата звернення: 18.11.2021).
- 71.Стеблина Н. О. Етика у сфері соціальних комунікацій (професійні стандарти у журналістиці, рекламі та PR): Навчально-методичний посібник. Львів, 2014. 228 с.
- 72.Квіт С. Масові комунікації: Навчально-методичний посібник. Київ, 2018. 352 с.
- 73.Кодекс етики. КЖЕ. URL: <https://cje.org.ua/ethics-codex/> (дата звернення: 18.11.2021).
- 74.Под телеканалом NewsOne проходить митинг против телемоста Украина-Россия | Страна.ua. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=5ierx0R2TO0> (дата звернення: 18.11.2021).

- 75.Скандал у Білому домі: за що журналіста CNN позбавили акредитації?
URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-46143543> (дата звернення: 18.11.2021).
- 76.Комісія з журналістської етики засудила дії журналіста ICTV
Олександра Ільїних. URL:
<https://web.archive.org/web/20111004205815/http://www.telekritika.ua/news/2010-01-26/50691> (дата звернення: 18.11.2021).
- 77.Code of Ethics for Bloggers, Social Media and Content Creators. URL:
<https://mor10.com/code-of-ethics-for-bloggers-social-media-and-content-creators/?fbclid=IwAR1dgXZ3X4oapI6TBehTHzaWBraA9GnYVpsTY4PvbMRJusz840gzUstKeyU> (дата звернення: 18.11.2021).
- 78.Різниця між блогером і журналістом — в одному слові. URL:
<https://longdog.media/2020/11/17/jourblogger/> (дата звернення: 18.11.2021).
- 79.RFE/RL Code of Professional Journalism. URL: https://docs.rferl.org/en-US/professional_code.pdf (дата звернення: 18.11.2021).
- 80.Професійна етика журналіста. Зasadничі принципи. URL:
<http://mediaunion.eu/ua/journalism-ethics/> (дата звернення: 18.11.2021).
- 81.Журналістські стандарти: інформаційна довідка. URL:
<https://imi.org.ua/monitorings/jurnalistski-standarti-informatsiyna-dovidka-i28623> (дата звернення: 18.11.2021).
- 82.ICC International Code of Advertising Practice (1997 Edition). URL:
https://training.itcilo.org/actrav_cdrom1/english/global/guide/iccadv.htm
(дата звернення: 18.11.2021).
- 83.Європейський кодекс професійної поведінки в області PR (лісабонський кодекс). URL: <http://ebib.pp.ua/evropeyskiy-kodeks-professionalnogo-povedeniya.html> (дата звернення: 18.11.2021).

84. Порошенко создал свою армию, Аваков жестко обратился к Зеленскому!
URL: https://www.youtube.com/watch?v=YkC_2Gbo68 (дата звернення: 18.11.2021).
85. Шарій: брудний кеш, проплачені експерти і таємні спонсори (листування партії) /// НГ№331(2020.10.12). URL: <https://www.youtube.com/watch?v=f0ON6jCbiT4> (дата звернення: 18.11.2021).
86. Сторінка Андрія Вігірінського на Facebook. URL: <https://www.facebook.com/a.vigirinskiy> (дата звернення: 18.11.2021).
87. СБУ викрила агентурну мережу спецслужб РФ, яка дестабілізувала ситуацію в Україні через Telegram-канали. URL: <https://ssu.gov.ua/novyny/sbu-vykryla-ahenturnu-merezhу-spetssluzhb-rf-yaka-destabilizuvala-sytuatsiiu-v-ukraini-cherez-telegramkanaly> (дата звернення: 18.11.2021).
88. Як Шарій у знаменитостей купує відео на свою підтримку. Спалили пропагандиста + сюрприз для Толі. URL: https://www.youtube.com/watch?v=f3tZv85aD0Q&list=PLIv8z6s3ktLaHdZLEwtFTYWqrp_SDViIt&index=5 (дата звернення: 18.11.2021).
89. Clickbait: The changing face of online journalism. URL: <https://www.bbc.com/news/uk-wales-34213693> (дата звернення: 18.11.2021).
90. Мирослав Олешко. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCIVm9dWMYZIh4-dLougYVdg/videos> (дата звернення: 18.11.2021).
91. Переполюх в Берліне. URL: <https://russian.rt.com/opinion/776776-malcev-navalnyy-germaniya-smi> (дата звернення: 18.11.2021).

- 92.Немецкий ультиматум. URL: <https://russian.rt.com/opinion/781017-aksenov-germaniya-navalny-rossiya> (дата звернення: 18.11.2021).
- 93.Токсикологически-географический казус. URL: <https://russian.rt.com/opinion/781002-lekuh-navalny-germaniya-severnyi-potok-2> (дата звернення: 18.11.2021).
- 94.«Молот ведьм» в либеральном исполнении. URL: <https://russian.rt.com/opinion/781745-sokolov-navalny-otravlenie-obvineniya-zapad> (дата звернення: 18.11.2021).
- 95.Зачем-2. URL: <https://russian.rt.com/opinion/783850-kononenko-navalny-rossiya-sankcii> (дата звернення: 18.11.2021).
- 96.The 25 Most Influential People on the Internet. URL: <https://time.com/4815217/most-influential-people-internet/> (дата звернення: 18.11.2021).
- 97.Експерти: Кремлівська пропаганда наступає на старі граблі. URL: <https://fakty.com.ua/ua/videos/56373/> (дата звернення: 18.11.2021).
- 98.Анатолій Шарій на YouTube. URL: <https://www.youtube.com/user/SuperSharij/videos> (дата звернення: 18.11.2021).
- 99.Канал Анатолія Шарія у Telegram: URL: <https://t.me/ASupersharij> (дата звернення: 18.11.2021).
- 100.Сторінка Анатолія Шарія у Instagram: URL: <https://www.instagram.com/anatolijsharij/> (дата звернення: 18.11.2021).
- 101.Сторінка Анатолія Шарія у Twitter: URL: https://twitter.com/anatoliisharii?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor (дата звернення: 18.11.2021).
- 102.Сторінка Анатолія Шарія на Facebook: URL: <https://www.facebook.com/anatolijsharij> (дата звернення: 18.11.2021).
- 103.Шарій.net. URL: <https://sharij.net/> (дата звернення: 18.11.2021).

104. ЦБК зареєструвала кандидатами в депутати одіозних Ключова та Шарія. URL: https://24tv.ua/tsvk_zareyestruvala_kandidatami_v_deputati_odiozних_klyu_yeva_ta_shariya_n1173786 (дата звернення: 18.11.2021).
105. Українофоб та пропагандист Шарій погрожує єпископу ПЦУ. URL: <https://leopolis.news/post/37074/ukranofob-ta-propagandyst-shariy-pogrojuje-epyskopu-pcu> (дата звернення: 18.11.2021).
106. Партія Шарія поширює агітки з картою України без Криму — фото. URL: https://nv.ua/ukr/ukraine/politics/shariy-poshiryuye-kartu-ukrajini-bez-krimu-foto-50116768.html?utm_content=set_lang (дата звернення: 18.11.2021).
107. Пресс-конференція Зеленського: Ігра нанайських мальчиків. URL: <https://detector.media/blogs/article/177297/2020-05-20-press-konferentsyya-zelenskogo-ygra-nanayskykh-malchikov/> (дата звернення: 18.11.2021).
108. Что значит послание Дмитрия Медведева. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=CECajNQ1Gwg> (дата звернення: 18.11.2021).
109. Новий президент Грузії складе присягу 17 листопада. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/politics/2013/10/131028_georgia_exit_polls_or (дата звернення: 18.11.2021).
110. Enlargement. North Atlantic Treaty Organization. URL: https://www.nato.int/cps/en/natolive/topics_49212.htm (дата звернення: 18.11.2021).
111. Relations with Georgia. North Atlantic Treaty Organization. URL: https://www.nato.int/cps/en/natohq/topics_38988.htm (дата звернення: 18.11.2021).
112. Електоральні настрої населення України: серпень 2009. URL: https://ratinggroup.ua/research/ukraine/elektoralnye_nastroeniya_naseleniya_ukrainy_avgust_2009.html (дата звернення: 18.11.2021).

113. Електоральні настрої населення України: жовтень 2009 р. URL: https://ratinggroup.ua/research/ukraine/elektoralnye_nastroeniya_naseleniya_ukrainy_oktyabr_2009_g.html (дата звернення: 18.11.2021).
114. Антон Поляков. Кто отдал приказ. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=rFI9FPJtkEA&t=90s> (дата звернення: 18.11.2021).
115. Ток-шоу Сьогодні – 8 жовтня / Смерть нардепа Полякова, фінал спікеріади, ціна на газ. Україна 24. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=3dgu68LWT9g&t=2818s> (дата звернення: 18.11.2021).
116. Телеканал Ахметова «Ескулап TV» змінить назву і перезапуститься до кінця року. URL: <https://detector.media/rinok/article/139311/2018-07-13-telekanal-akhmetova-eskulap-tv-zminyt-nazvu-i-perezapustytsya-do-kintsya-roku/> (дата звернення: 18.11.2021).
117. Ложь Путина про газовый шантаж Кремля. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=KkGdw1QI4bc> (дата звернення: 18.11.2021).
118. Путин выступает на заседании международного форума «Российская энергетическая неделя» — LIVE. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ahdhZpZSJhM> (дата звернення: 18.11.2021).
119. ОБСЄ визнала вибори президента України конкурентними та вільними. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-elections/2686910-obse-viznala-vibori-prezidenta-ukraini-konkurentnimi-i-vilnimi.html> (дата звернення: 18.11.2021).
120. Підтримка виборцями кандидата на пост Президента України. URL: <https://www.cvk.gov.ua/pls/vp2019/wp302pt001f01=720pt021f01=233.html> (дата звернення: 18.11.2021).

121. Жаль, что не расхреначили Крым. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=-T-SUqTBkBo> (дата звернення: 18.11.2021).
122. Анексія Криму сталася через конкуренцію наддержав – Столтенберг. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/news-stoltenberg-on-crimea-annexation/30093903.html> (дата звернення: 18.11.2021).
123. Транзит газу через ГТС України за 10 міс. знизився на 21,6%. URL: <https://ua.interfax.com.ua/news/economic/777894.html> (дата звернення: 18.11.2021).
124. Зеленський у США назвав російський газ найбруднішим у світі. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-58402350> (дата звернення: 18.11.2021).
125. Медведев: дураков сражаются за Украину нет. URL: <https://sharij.net/medvedev-durakov-srazhatsya-za-ukrainu-net> (дата звернення: 18.11.2021).
126. «Соревнуются в брехне»: Медведев назвал бессмысленными переговоры с властями Украины. URL: <https://sharij.net/sorevnuyutsya-v-brehne-medvedev-nazval-bessmyslennymi-peregovory-s-vlastyami-ukrainy> (дата звернення: 18.11.2021).
127. Медведев: Зеленский истово служит наиболее оголтелым националистическим силам. URL: <https://sharij.net/medvedev-zelenskij-istovo-sluzhit-naibolee-ogoltelym-naczionalisticheskim-silam> (дата звернення: 18.11.2021).
128. Медведев о Зеленском: вывернутый наизнанку человек. URL: <https://sharij.net/medvedev-o-zelenskom-vyvernutyj-naiznanku-chelovek> (дата звернення: 18.11.2021).
129. Медведев назвал Крымскую платформу «дебильной». URL: <https://sharij.net/medvedev-nazval-krymskuyu-platformu-debilnoj> (дата звернення: 18.11.2021).

130. У Зеленского отреагировали на статью Медведева об Украине. URL: <https://sharij.net/u-zelenskogo-otreagirowali-na-statyu-medvedeva-ob-ukraine> (дата звернення: 18.11.2021).
131. Спикер Зеленского назвал Медведева «заведующим политическим кладбищем». URL: <https://sharij.net/spiker-zelenskogo-nazval-medvedeva-zaveduyushhim-politicheskim-kladbishhem> (дата звернення: 18.11.2021).
132. За три дня до смерти Поляков сделал заявление о «слугах народа». URL: <https://sharij.net/za-tri-dnya-do-smerti-polyakov-sdelal-zayavlenie-o-slugah-naroda> (дата звернення: 18.11.2021).
133. В Telegram появилась информация об «авторитете», который мог усадить Полякова в такси. URL: <https://sharij.net/v-telegram-poyavilas-informacziya-ob-avtoritete-kotoryj-mog-usadit-polyakova-v-taksi> (дата звернення: 18.11.2021).
134. После смерти Полякова Брагар узнавал в Раде, как не отравиться (фото). URL: <https://sharij.net/posle-smerti-polyakova-bragar-uznaval-v-rade-kak-ne-otravitsya-foto> (дата звернення: 18.11.2021).
135. «Вприкуску с метадоном»: Комаровский выдвинул версию о смерти Полякова. URL: <https://sharij.net/vprikusku-s-metadonom-komarovskij-vydvynul-versiyu-o-smerti-polyakova> (дата звернення: 18.11.2021).
136. Путин рассказал о последствиях увеличения транзита газа через Украину. URL: <https://sharij.net/putin-rasskazal-o-posledstviyah-uvelicheniya-tranzita-gaza-cherez-ukrainu> (дата звернення: 18.11.2021).
137. Путин прокомментировал призывы политиков Украины национализировать газ. URL: <https://sharij.net/putin-prokomentiroval-prizvyv-politikov-ukrainy-naczionalizirovat-gaz> (дата звернення: 18.11.2021).
138. Путин: пусть Германия поклонится в ножки Шредеру за дешевый газ. URL: <https://sharij.net/putin-pust-germaniya-poklonitsya-v-nozhki-shrederu-za-deshevyj-gaz> (дата звернення: 18.11.2021).

139. Поляков жил со Скороход, но она его бросила — СМІ. URL: <https://sharij.net/polyakov-zhil-so-skorohod-no-ona-ego-brosila-smi> (дата звернення: 18.11.2021).



Осаулко Вікторія Іванівна
Факультет інформаційних і прикладних
технологій 061 Журналістика
ОП Цифрова журналістика

ДЕКЛАРАЦІЯ

Усвідомлюючи свою відповідальність за надання неправдивої інформації стверджую, що подана магістерська робота на тему: «Блогінг як явище новітньої журналістики (відповідність професійним стандартам комунікації)» є написана мною особисто.

Одночасно заявляю, що ця робота:

- Не передавалася іншим особам і подається до захисту вперше;
- Не порушує авторських прав суміжних прав закріплених статтями 21-25 Закону України «Про авторське право та суміжні права»;
- Не отримувались іншими особами, а також дані та інформація неотримувалася в незадовільний спосіб.

Я усвідомлюю, що у разі порушення цього порядку моя магістерська робота буде відхилена без права її захисту, або під час захисту за неї буде поставлена оцінка «незадовільно».

дата

підпис