**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ**

Кафедра видавничої справи та редагування

**Кваліфікаційна робота**

освітнього рівня «бакалавр»

на тему: **ДОТРИМАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ НОРМИ В УКРАЇНСЬКІЙ БЛОГОСФЕРІ ПЕРІОДУ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ**

Студента 4 курсу, групи 6.0610-рвд

спеціальності «Журналістика»

освітньо-професійної програми

«Редакторсько-видавнича діяльність і медіамоделювання»

Мельнікова М.Ю.

Керівник к.філол.н., Н.І. Тяпкіна

Рецензент к.філол.н., доцент Н.М.Лебідь

Запоріжжя – 2024

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет журналістики

Кафедра видавничої справи та редагування

Рівень вищої освіти **бакалавр**

Спеціальність/освітня програма **061 – «Журналістика»/»Редакторсько-видавнича діяльність і медіамоделювання»**

ДО ЗАХИСТУ ДОПУЩЕНИЙ

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Плеханова Т. М.

«\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2024 року

# З А В Д А Н Н Я

# НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ

**Мельніковій Маргариті Юріївні**

1. Тема роботи (проєкту): «Дотримання інформаційної норми в українській блогосфері періоду російсько-української війни»

2. Термін подання студентом роботи (проєкту): 11 червня 2024 р.

3. Вихідні дані до роботи (проєкту) наукові праці вітчизняних та закордонних науковців: Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості. Київ : ПАІС, 2004. 261 с.; Квіт С. М. Нові медіа. Масові комунікації. URL : http://libfree.com/199901197\_zhurnalistikanovi\_mediyi.htmlhttp://libfree.com/199901197\_ zhurnalistikanovi\_mediyi.html; Микитів Г. Експлікація образу автора в сучасному медіатексті. *Стиль і текст. Електронна бібліотека. Інститут журналістики*. URL: journlib.univ.kiev.ua; Пилипенко К. О. Докомунікативна самопрезентація як складова мовної особистості в блозі. *Держава та регіони*. Соціальні комунікації. 2013. № 2. С. 25–28; Погореловська І. Електронні видання: ідентифікаційний аспект. *Держава та регіони*. Соціальні комунікації. 2013. № 2. С. 136 – 141; Тимошик М. Непорозуміння чи свідоме нищення державотворчої спеціальності *Друкарство*. № 6 (65). 2005. С. 9–13.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1) з’ясувати зміст поняття «блогер-журналіст»; 2) дослідити критерії інформаційної норми редагування журналіського матеріалу; 3) визначити найактуальніші українські канали блогер-журналістів; 4) провести аналіз контенту обраних блогер-журналістів на дотримання стандартів журналістики.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов’язкових креслень) – 5 додатків.

6. Консультанти розділів роботи (проєкту)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Розділ | Прізвище, ініціали та посада  консультанта | Підпис, дата | |
| завдання видав | завдання  прийняв |
| Вступ | Викладач методист Тяпкіна Н.І. | 18.01.2024 | 18.01.2024 |
| Розділ 1 | Викладач методист Тяпкіна Н.І. | 08.02.2024 | 08.02.2024 |
| Розділ 2 | Викладач методист Тяпкіна Н.І. | 11.03.2024 | 11.03.2024 |
| Висновки | Викладач методист Тяпкіна Н.І. | 30.04.2024 | 30.04.2024 |

7. Дата видачі завдання 18.12.2024

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №  з/п | Назва етапів кваліфікаційної роботи | Строк виконання етапів роботи | Примітка |
| 1. | Формування і затвердження теми | Листопад 2023 | Виконано |
| 2. | Складання плану роботи, опрацювання джерел, написання вступу | Грудень 2023-січень 2024 | Виконано |
| 3. | Написання першого розділу | Лютий 2024 | Виконано |
| 4. | Написання другого розділу | Березень-квітень 2024 | Виконано |
| 6. | Написання висновків та оформлення списку джерел | До 8 травня 2024 | Виконано |
| 7. | Одержання відгуку та рецензії,  проходження нормоконтролю | До 11 червня 2024 | Виконано |
| 8. | Захист роботи | 17 Червня 2024 | Виконано |

**Студент\_\_\_\_\_\_\_\_\_ М.Ю.Мельнікова**

**Керівник роботи (проекту)\_\_\_\_** Н.І. Тяпкіна

**Нормоконтроль пройдено**

Нормоконтролер**\_\_\_\_\_\_\_\_\_** Г. В. Микитів

**РЕФЕРАТ**

Дипломна робота «Дотримання інформаційної норми в українській блогосфері періоду російсько-української війни»: 51 сторінка, 4 додатки, 35 джерел.

**Метою** дипломної роботи є: характеристика медіатексту суспільно-політичної тематики українського сегменту мережі YouTube щодо реалізації інформаційної норми редагування.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі **завдання**:

1) з’ясувати зміст поняття «блогер-журналіст»;

2) дослідити критерії інформаційної норми редагування журналіського матеріалу;

3) визначити найактуальніші українські канали блогер-журналістів;

4) провести аналіз контенту обраних блогер-журналістів на дотримання стандартів журналістики.

**Об’єкт дослідження**: український сегмент контенту блогерів-журналістів соціальної мережі YouTube.

**Предмет дослідження**: дотримання стандартів журналістики українськими блогерами-журналістами соціальної мережі YouTube в контексті функціонування інформаційної норми редагування станом на 2019-2020 роки.

**Методи дослідження**: загальнонаукові (аналіз, синтез, дедукція, індукція, аналогія) та спеціальні (опис з його універсальними прийомами спостереження, систематизації, інтерпретації фактів, компонентний аналіз, зіставний).

**Наукова новизна** полягає у тому, що дослідження є спробою осмислити вияви відеоблогінгу в соціальній мережі YouTube щодо реалізації інформаційної норми редагування та дотримання стандартів журналістики.

Сфера застосування матеріали роботи можуть бути використані під час подальших наукових розробок;

БЛОГ, БЛОГІНГ, БЛОГОСФЕРА, БЛОГЕР-ЖУРНАЛІСТ, ІНФОРМАЦІЙНА НОРМА РЕДАГУВАННЯ, ВІДЕО

**ЗМІСТ**

[Вступ 6](#_Toc169362962)

[Розділ 1.](#_Toc169362963) [Дотримання інформаційної норми блогер-журналістами в українському сегменті YouTube 8](#_Toc169362964)

[1.1 Українська соціально-політична блогосфера в контексті дотримання інформаційної норми 8](#_Toc169362966)

1.2 Характеристика суспільно-політичної блогосфери українського сегменту YouTube ….............................................................................................................13

[Розділ 2.](#_Toc169362967) [Редакторський аналіз текстів українських блогерів-журналістів на дотримання інформаційної норми редагування 24](#_Toc169362968)

[2.1 Засоби творення ефективного тексту блогерами - журналістами 24](#_Toc169362970)

2.2 Проблеми та виклики редакторської роботи з суспільно-політичним контентом в умовах війни 32

[Висновки 40](#_Toc169362975)

[Список використаних джерел 42](#_Toc169362976)

[Додаток А YouTube-канали Яніни Сколової 46](#_Toc169362977)

Д[одаток Б](#_Toc169362979)  YouTube-канал «Телебачення Торонто»…………… 48

[Додаток В YouTube-канал Віталія Портникова 49](#_Toc169362983)

[Додаток Г YouTube-каналОстапа Дроздова 50](#_Toc169362985)

[Декларація академічної доброчесності здобувача освітнього ступеня бакалавр ЗНУ 5](#_Toc169362986)1

# ВСТУП

**Актуальність дослідження**. Актуальність теми дослідження полягає в тому, що в умовах повномасштабного вторгнення РФ на територію України суспільно-політичний контент в блогосфері відіграє важливу роль у формуванні громадської думки, інформуванні населення та протидії ворожій пропаганді. Блогери стали активними учасниками інформаційного протистояння, висвітлюючи події війни, надаючи аналітику та коментарі, а також залучаючи аудиторію до обговорення актуальних питань. Дослідження цієї теми дозволить виявити особливості, проблеми та перспективи розвитку суспільно-політичного контенту в українській блогосфері, а також надати рекомендації щодо покращення його редакторської підготовки. За даними опитування компанії Research & Branding Group такий фактор має, як позитивні, так і негативні наслідки [33].

Без сумніву, інтеграція різних ЗМІ, які мають канали в YouTube та журналістів підтверджує популярність цієї платформи. Нами не було виявлено вітчизняних дослідників, які би блоги журналістів та особливості подання інформації поза традиційним ЗМІ. Це явище можна пояснити просто копіюванням журналістських текстів на іншій платформі. Щодо блогів загалом, то тут серед вітчизняних науковців є роботи Л. Городенко, А. Досенко, Б. Потянинника, М.Чабаненко та ін., які у більшій чи меншій мірі окреслюють це явище в сучасному медіапросторі.

Питання функціонування оригінальних блогерських текстів блогерами-журналістами залишається поза увагою дослідників. Особливості жанрів блогосфери, стилістика, манера викладу ще чекає своїх дослідників.

**Мета роботи**: дати характеристику медіатекстам суспільно-політичної тематики українського сегменту мережі YouTube щодо реалізації інформаційної норми редагування.

Для досягнення мети передбачається висвітлення таких **завдань**:

1) уточнити зміст понять «блог», «блогінг», «блогер-журналіст» ;

2) актуалізувати зміст поняття «інформаційна норма редагування» в контексті редакторського аналізу блогів;

3) схарактеризувати тексти блогерів-журналістів у соціальній мережі YouTube щодо дотримання стандартів журналістики;

4) визначити популярних блогерів-журналістів в українському сегменті YouTube станом на 2019-2024 роки.

**Об’єкт** – український сегмент контенту блогерів-журналістів соціальної мережі YouTube (2019-2024 роки).

**Предмет** – дотримання стандартів журналістики українськими блогерами-журналістами соціальної мережі YouTube в контексті функціонування інформаційної норми редагування станом на 2019-2024 роки.

При написанні наукової роботи були використані такі методи дослідження: загальнонаукові (аналіз, синтез, дедукція, індукція, аналогія) та спеціальні (опис з його універсальними прийомами спостереження, систематизації, інтерпретації фактів, компонентний аналіз, зіставний).

**Наукова новизна** полягає у тому, що дослідження є спробою осмислити вияви відеоблогінгу в соціальній мережі YouTube щодо реалізації інформаційної норми редагування та дотримання стандартів журналістики.

**Практичне значення** – матеріали роботи можуть бути використані під час подальших наукових розробок; на заняттях, пов’язаних з підвищенням медіаграмотності; при підготовці відеоблогів у практиці блогерства та роботи редактора при редагування блогерських текстів.

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження та деякі положення роботи були висвітлені на науково-практичній конференції студентів та молодих учених «Молода наука-2021» в ЕПФК ЗНУ. За участь у заході отримано грамоту за перше місце.

Дипломна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи – 51 торінка, список використаних джерел включає 55 найменувань.

# РОЗДІЛ 1

# ДОТРИМАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ НОРМИ БЛОГЕР - ЖУРНАЛІСТАМИ В УКРАЇНСЬКОМУ СЕГМЕНТІ YOUTUBE

## 1.1 Українська соціально-політична блогосфера в контексті дотримання інформаційної норми

На сьогодні не існує чітко сформульованого переліку правил та вимог щодо редагування інформаційної норми. Редагуючи текст за інформаційною нормою, фахівець може спиратись лише на фрагментарні дослідження вітчизняних науковців, які розкритті не повністю. Відсутність конкретних установ для редагування тексту може призвести до того, що журналістський текст не буде цінним, новим та доступним для читача. Оскільки журналістика передбачає, що споживач отримає нові та цінні знанні у доступній формі, відсутність таких правил є дійсно вагомою перепоною для написання та редагування якісного журналістського тексту.

Різноманіття подання інформації через журналістський текст дає змогу автору розкрити у повній мірі суть замислу тексту, відобразити реальність. Але журналістський матеріал зобов’язаний відповідати певним правилам, які регулюють висвітлення правдивої та якісної інформації. Такі правила прийнято називати нормою [46, с.125].

Норма – параметр, список, шаблон, структура, модель чи положення, які в оптимальних повідомленнях служать для вираження компонентів їх структури.

Норма – загальноприйнята засада, установка, правило, визнаний обов’язковим порядок, установлена міра, кількість чогось, тощо [там само]. З. Партико у своїй праці описав загальні норми редагування для вітчизняних журналістів. До цих норм науковець відносить:

а) нова для читача інформація;

б) адаптоване до ситуації та часу, в якій перебуває реципієнт;

в) подача інформації повинна відповідати тезаурусу читача;

г) модальність журналістського тексту повинна бути зрозумілою і визначеною [27, с.113].

З. Партико до конкретних норм редагування відносить: лінгвістичні, композиційні, логічні, юридичні та інші норми. Інформаційна норма редагування – норма, яка визначає якість та форму подання інформації для подальшої її сприйняття реципієнтом. При першому читанні, аналізуючи текст редактор оцінює якість поданої інформації. Щодо якості інформацію необхідно класифікувати на: реальну, нереальну, псевдореальну й ірреальну та невизначену. Важливо зазначити, що кажучи про журналістську інформацію ми говоримо лише про реальну інформацію, яка в свою чергу поділяється на істинну та хибну. Істинна інформація має більшу цінність та повагу у суспільстві, адже вона реалізує право реципієнта на правдиву інформацію.

Важливо розуміти, що у журналістському матеріалі має бути лише реальна інформація. Журналіст має прагнути до написання істинного матеріалу, адже саме такий матеріал задовольняє право реципієнта на отримання правдивої інформації і цінується у суспільстві більше.

Для того, щоб інформація адекватно сприймалась аудиторією, редактору необхідно враховувати різні показники, такі як: вік реципієнта, його освіченість, інтереси та соціальну приналежність.

На думку науковця І. Лубковича, журналіст може досягти максимального ефекту, якщо його текст зрозуміють повністю: і викладені висновки, і побудовану на них головну авторську думку, і факти і слова, за допомогою яких висловлює думки. Нерозуміння одного з перелічених компонентів неминуче впливає на ефективність сприйняття [47, с.127].

Кожна з думок науковців стосовно авторського «я» у журналістському матеріалі має право на існування. Однак, кожен журналіст зобов’язаний висвітлювати лише суспільно-важливі теми, що вже є суб’єктивним. На етапі відбору висвітлення теми, є суб’єктивна думка автора щодо важливості тих чи інших подій, які гідні для того, щоб представити читачеві. Також, кожна людина суб’єктивно сприймає інформацію, і журналіст, не зважаючи на всі намагання бути об’єктивним не зможе бути виключенням. На етапі вибору форми відображення журналістського матеріалу, жанру та об’єму тексту зчитується відношення автора. Зважаючи на це все, можемо дійти висновку, що об’єктивність у журналістському матеріалі є певним недосяжним ідеалом, до якого потрібно прагнути, але повністю відповідати цим нормам неможливо. Авторові необхідно залишити право на осмислення інформації, яку він транслює аудиторії, адже це робить текст наповненим. Також, важливо залишити місце для творчості та креативу журналіста, адже його професія це передбачає. Задля того, щоб скласти повністю новий та унікальний текст, повинна бути частина суб’єктивізації.

Таким чином, із метою певного впливу на читача у тексті журналіста може бути присутня авторська позиція та авторське «я». На відміну від цього, особистість автора не відстежується так явно, звичайний читач не зможе це прочитати без рекомендацій психологів [23].

Однак, суб’єктивність у журналістському матеріалу може бути виправданим лише при умові, що журналіст не має за мету маніпулювати думкою реципієнта та пропагандою впливати на свідомість громадськості. Тому, в основі будь якого журналістського матеріалу перш за все повинен бути факт, а не судження та власна думка.

Хоча поняття блогу досить нове у житті суспільства, воно має свою численну аудиторію та може конкурувати з серйозними медіа-холдингами, які поширюють свою роботу через телебачення та друковані засоби масової інформації.

Інформаційний феномен виник у 2001 році і отримав назву блогосфери. Першими у цій ланці були спеціалісти з веб-сайтів, які вели свої електронні щоденники ще у 1990 роках. Поштовх у веденні свого блогу звичайному користувачу інтернетом дала поява вебсервісів, що стало платформою для матеріалів блогу. Ця подія відбулася у 1999 році, з тих пір блоги набули фактичного статусу окремих медіа.

Блогерство як довільне, неформальне, неупереджене інформування через соціальні мережі, Інтернет-ЗМІ, Інтернет-варіанти традиційних ЗМІ називають народною, громадянською, альтернативною журналістикою [15]. Марія Семенченко, журналіст газети день, дала коментар стосовно цього феномену, назвавши блогинг журналістикою без журналістів [19].

Під час Першого форуму журналістики Україна – Іспанія президент Асоціації європейських журналістів Дієго Карседо висловив свою думку, яка полягає у тому, що блогосфера має великий вплив на громадскість, але не є доречним відносити її до журналістики: «Блоги збагачують ЗМІ різноманітністю ідей, але це не журналістика» [39]. Як можемо побачити, відношення журналістів та науковців із цієї сфери є досить неоднозначним. Це питання набиває спірного характеру.

Представників нової професії блогер, що мають мету здобути статус повноцінної журналістської професії стає все більше. Вирішення цього глобального питання потребує великого теоретичного та практичного аналізу.

Блоги – це не засоби масової інформації, вже тому що не здійснюють комунікації між державою і соціумом. Блоги – засоби комунікації. Масовими вони стають, коли мають більш, як тисячну аудиторію. Засоби масової інформації (преса, радіомовлення, телебачення, інформагентства, Інтернет-ЗМІ) як соціальні інститути суспільства мають свої специфічні соціальні функції, несуть моральну й правову відповідальність за свій контент [19]. У редакціях ЗМІ працюють професійні журналісти (приблизно половина з них мають вищу фахову журналістську освіту, друга половина – мають гуманітарну вищу освіту і вміють професійно створювати цікаві текстові, зображувальні, аудіо, відеоматеріали). Кожна редакція традиційного ЗМІ прагне, щоб у її штаті були справжні професіонали. Блог вести може кожна людина, якій є що сказати.

Наразі стало тенденцією, частковий або повний перехід професійних журналістів у блогосферу. Розширена демократія та миттєва реакція аудиторії - це те що приваблює фахівця у соціальних мережах. Журналіст-блогер може не тільки дізнатися думку своєї аудиторії, а ї вступити з нею у комунікацію. Таким чином, автор, у нашому випадку журналіст-блогер, бачить реакцію своєї цільової аудиторії, може використовувати її для аналізу подальшого контент-плану, має розширенні можливості у висловленні своєї думки.

За рейтингом, який склав український телеканал ICTV можна побачити, що українці все більше уваги приділяють такий соціальній мережі, як YouTube. Натомість російські соціальні мережі від часу їх блокування на території України їдуть у небуття.

У рейтингу за 2019 рік можна побачити, що українці довіряють блогеру Яніні Соколовій найбільше, бо вона очолює рейтинг «топ 100 блогерів». Позицію нижче займає Андрій Луганський. Одразу за ним йде Уляна Супрун та Олексій Голубицький. Завершує п’ятірку найпопулярніших блогерів України блогер, який підписаний як Сергій Іванович.

Для нашого аналізу у науковій роботі ми візьмемо контент Яніни Соколової, оскільки вона підходить під категорію блогер-журналіст.

Рейтинг за 2018 рік очолює Андрій Полтава. До блогерів, що займають наступні позиції відносяться: Олег Пономар, Олена Монова, Юрій Бірюков та Роман Скрипін [19]. У рейтингу за 2017 рік Олег Пономар займає найвищу позицію. Наступним йде Віталій Портніков, Майкл Щур та Роман Донік. Завершує топ 5 блогерів України за 2017 рік Олена Монова. Серед перечилених блогерів для нашої наукової роботі підходить діяльність Майкла Щура, бо його контент можна віднести до журналістського матеріалу, а його назвати блогер-журналістом. У рейтингу за 2020 році, у розділі політика, перемогу отримав Віталій Портніков.

Суспільно-політична блогосфера українського контенту YouTube активно розвивається, має високий рівень популярності серед населення. Особливо цей сегмент набув популярності з початком війни на Сході України у якості інформаційних військ. Українські блогери працюють з українською аудиторією, пояснюючи якісь деталі та особливості політичної ситуації, а також із громадянами РФ.

## 1.2 Характеристика суспільно-політичної блогосфери українського сегменту YouTube

Проаналізувавши рейтинги блогерів України за версією каналу ICTV, можна помітити, що більшу частину персоналій блогосфери складають журналісти (Я.Соколова, В.Портніков, Р.Цимбалюк, Р.Скрипін, П.Казарін, О.Дроздов та інші), громадські діячі (С.Стерненко) чи взагалі відомі люди, як наприклад, Уляна Супрун, лікар Комаровський та інші. У фокусі нашого дослідження діяльність журналістів-блогерів, трансформація їх професійних навичок та компетентностей на блогерських майданчиках.

Також, до мети нашої роботи можна віднести аналіз контенту обраних блогерів, дотримання стандартів журналістики та етичних норм. Одне з основних питань, що ми ставимо до нашої роботи це чи відповідають блогери, що працюють не на традиційних платформах ЗМІ званню журналіста, чи можна назвати їх контент журналістськими матеріалами? Як людина, в умовах, де не обов’язково дотримуватися норм журналістики, а керуватися лише правилами платформи, буде реалізовувати журналістські стандарти. Також, ми аналізуємо поведінку аудиторії, дивлячись на кількість переглядів, вподобання та підписок.

До аналізованних нами блогерів відноситься Яніна Михайлівна Соколова. Ми, разом з керівником дипломної роботи, обрали контент Яніни для вивчення по-перше з власних переконань, бо на нашу думку це яскравий приклад блогер-журналіста. Яніна харизматична та має стійку позицію, яку активно демонструє. По-друге, під час підбору блогерів, ми звертали увагу на рейтинги, один з таких складав телеканал ICTV.

Яніна Соколова – українська журналістка, акторка, громадська діячка і з недавніх часів блогер. Дитинство Яніни пройшло у Запоріжжі, де вона розпочала свою кар’єру журналіста. Перші проби пера відбулися у запорізькому видавництві «Телесіті» та «Запорізька Січ», де Яніна написала свої перші репортажі. Світ медійної журналістики вона для себе відкрила завдяки міському телеканалу «Тв-5», де спочатку проходила практику, а потім вела программу «Погода».

Хоча Яніна з юнацького віку мала бажання працювати у сфері журналістики, освіту вона обрала не за цим фахом. Вступивши до Запорізького національного університету Яніна отримала освіту психолога, а пізніше освіту актора кіно і телебачення у Київському національному університеті імені Карпенко-Карого. Як бачимо, журналістської освіти Я.Соколова не має. Фаховість вона здобувала через практичну діяльність у регіональних та всеукраїнських медіа.

На всеукраїнському телебаченні Яніна почала працювати у 2006 році, працюючи ведучою ранкових програм на телеканалах: «Інтер», «1+1» та «П’ятий».

Політичні теми у своїй діяльності Яніна почала розвивати на телеканалі «П’ятий», де вела такі програми, як «Рандеву з Яніною Соколовою». Яніна має активну позицію щодо останніх подій в Україні, реалізує багато проектів, які допомагають воїнам АТО. Один з таких проектів – фільм «Ми-солдати», одним з продюсерів якого була Яніна Соколова.

Фундаментом блогингу стала програма «Вечір з Яніною», який виходив на каналі «Україна 24» та паралельно на YouTube. У 2020 році вийшло 2 проекта, авторства Яніни Соколової, які предназначені лише для платформи YouTube. Вони мають назву «Як вам не соромно!» та «Соромно», де Яніна підіймає теми корупції та інших злочинів серед політиків.

Другим аналізованним нами блогер-журналістом став Роман Іванович Вінтонів. Нам імпонує медійний образ Романа, його переконання та сумлінний підхід до написання матеріалів.

Роман Вінтонів для українського глядача знайомий, як Майкл Щур займається журналістикою, акторським мистецтвом, пише сценарії та музику.

У 2007 році влаштувався працювати репортером на телеканалі «Інтер», де пропрацював до зміни редакційної політики 2009 року.

Потім працював журналістом в «Українській службі BBC». Також є досвід роботи шеф-редактора на «Новому каналі» та проведення журналістських розслідувань на каналі «1+1».

У 2014 році, під час виборів, Роман, він же Майкл Щур спільно з «Громадським телебаченням» випускає програму «Вйо до трону», де у сатиричній формі розглядають кандидатів на пост президента.

Водночас Романа Вінтоніва призвали в армію (у останній шостій хвилі мобілізації) і він мав взяти участь у проекті «Embedded Journalism», на меті якого є налагодження співпраці військових і журналістів. Однак службу відбув у 169-му навчальному центрі у смт Десна, де сукупно провів більше року. Займався в групі посиленої підготовки, яку готували для участі в АТО, однак підготовку припинили через суперечності зі статутом ЗСУ.

До аналізованими нами блогер-журналістів відноситься Остап Петрович Дроздов. Остап родом з Миколаєва, Львівська область. У 2001 році закінчив факультет журналістики з відзнакою. Першою роботою у журналістиці була газета «Поступ», же він працював кореспондентом, також був досвід роботи у інших газетах у якості головного редактора.

З 2007 по 2019 рік працював на телеканалі ZIK з авторською програмою «Прямим текстом». Звільнився, по словам журналіста, з політичних причин, бо не влаштовувала редакційна політика телеканалу. Наразі Остап працює на каналі НТА та веде YouTube канал під назвою «DROZDOV». У інтерв’ю Остап ділиться своєю думкою щодо журналістики. Він затверджує, що він вже давно не відноситься до журналістики, як до професії, а більше, як до стилю життя. Адже немає певних термінів коли починається робочий день і коли він завершується. Журналіст зобов’язаний завжди бути у курсі подій країні та світу. Якщо журналіст дійсно професійний, то він живе у новинному потоці безперестанно. На нашу думку, те, як саме журналіст характеризує свою роботу вказує на її професійність, тому цей вираз дуже важливий.

Сам журналіст характеризує своє кар’єрне зростання так: «У журналістиці я пройшов абсолютно всі стадії: від звичайного інформаційного журналіста, який відвідує прес-конференції, та диктофонного мислення, коли ти вмикаєш диктофон і вимикаєш мозок, до створення медіасвіту навколо себе. Це останнє і є власне тим, заради чого взагалі варто йти в цю професію «буковок» [14].

До основних проблем сучасної журналістики Остап відносить слугування інтересам не народу, а окремим політикам, яких «обслуговують». За його словами, наразі, журналістика не створює свій медіа світ, а лише знаходиться під керівництвом, слухає редакційні вказівки та нехтує правом реципієнта отримувати якісну та збалансовану інформацію у вигляді журналістського продукту:

«Наразі українська журналістика є сервісною журналістикою, яка обслуговує в першу чергу капітал власника, у другу чергу політичні інтереси. Вона зупинилася на сервісній функції і, найімовірніше, далі не піде, тому що вона – найбільш вигідна й меркантильна, грішми обґрунтована функція. Адже журналістам не потрібно створювати вільні ЗМІ, якщо є кому платити за невільні. Журналістам не потрібно створювати свій світ, якщо вони отримують гроші за спотворення його під когось. У такого шляху немає доброго кінця. У принципі, я завжди себе відчуваю на руїнах своєї професії.

Наша журналістика повністю перетворилася в токсичне середовище, яке зомбує або плебеїзує глядача до такої міри, аби він став легкою здобиччю для політиків. З іншого боку, політика в нас – це різновид хижацтва. Це навіть не приховують, навпаки цинічно стібаються з народу» [14]. Ця проблема є дійсно поширеною та вагомою у наш час.

Ще одним журналістом, контент якого ми аналізували став Віталій Едуардович Портніков. Віталій український публіцист, письменник і журналіст. Оглядач Радіо «Свобода» і постійний автор аналітичних статей в українських і російських виданнях на політичну і історичну тематику. Віталій навчався у Дніпропетровському університеті за спеціальністю журналістика 3 курси, а потім перевівся до Московського університету цієї ж спеціальності.

Першими публікаціями були матеріали у газеті «Молодь України». Також Віталій працював кореспондентом та головним редактором у газетах та на телебаченні.

Портніков запевняє, що ніколи не був частиною журналіського суспільства, у класичному його розумінні, адже робив власні передачі:

«Я тут ні з ким не працював пліч-о-пліч, так і там я ні з ким не працював пліч-о-пліч. Я ніколи не був частиною журналістського середовища і про їхні настрої особливо нічого не знаю. Я ніколи не сидів в офісах, ніколи не ходив на редколегії. Можливо, за винятком того часу, коли був головним редактором «Газети 24». Якогось досвіду спілкування з колегами в мене немає» [48].

До основних проблем української журналістики Портніков відносить господарів засобів масової інформації, які не дають розвиватися журналістиці. Саме така монополія заважає свободі слова:

Під час інтерв’ю Віталій Портніков висловив свою думку: «Я думаю, що головна проблема українських ЗМІ – не пропаганда, а те, що вони є власністю олігархічних кланів. І іноді не зрозуміло, кому вони належать, іноді не зрозуміло, хто реально керує їхніми інтересами. І це абсолютно зрозуміло для мене. Я завжди кажу, подумайте про те, що олігархи – це з досвіду Росії відомо – можуть мати різні інтереси, але можуть у будь-який час домовитися між собою. І тоді всі медіа заговорять одним голосом – оце й буде пропаганда. А поки це просто кланові, групові інтереси в різних виданнях» [48].

У своїй науковій роботі ми проаналізували відеоконтент таких каналів на YouTube, як: «Yanina Sokolova», «Телебачення Торонто», «DROZDOV» та «Віталій Портніков». Критеріями для аналізу для нас слугували дотримання стандартів журналістики та стандартів BBC. Під час аналізування ми звертали увагу, як блогери-журналісти реалізують стандарти журналістики, маючи більше свободи, ніж представники традиційних засобів масової інформації, яких ми можемо бачити на телебаченні, радіо, газетах та журналах. Також, відстежували ставлення журналіста до їх професії, чи вважають вони доречним об’єктивність тексту. Під час аналізу ми передивлялися відеоматеріали зазначених YouTube каналів, звертали увагу на дотримання та порушення стандартів, кількість переглядів та підписників. Таким чином ми у повному обсязі могли проаналізувати контент блогерів-журналістів, їх доречність та зацікавленість у цьому континенті глядачів.

Яніна Соколова журналіст, який має великий досвід роботи на телеканалах. Блогер-журналістом вона стала нещодавно, але аудиторія, яка встигла її полюбити на телебаченні перешла за нею у YouTube. Наразі її аудиторії нараховує 360 тис. користувачів. Для підвищення ефективності викладу матеріалу, Яніна використовує сарказм та стьоб.

Ми проаналізували контент каналу на дотримання стандартів журналістики. Контент на цьому каналі дотримується свободи слова, адже канал базується на критиці політиків Росії та Україні. Яніна досить гостро та з гумором коментує сучасне становище України у стані війни з країною агресором Росією. Не зважаючи на це, ми не помітили за цим каналом служіння будь-якій політичній силі.

Щодо етичних норм, то цей канал іноді порушує стандарт, який забороняє неповажне ставлення до приватного життя інших людей. Яніна відкрито критикує деяких політичних діячів та втручається до їх особистих справ. Під її «гострий язик» потрапило чимало українських та російських політиків, таких як: Ілля Кива, Володимир Жириновський та інших.

За Яніною не було помічено висвітлення джерел інформації. Тексти промов емоційні із лайливою лексикою, перекручуванням інформації, що повністю відповідає стилістиці програми, але водночас є порушенням стандартів журналістики. Зауважимо, що така поведінка ведучої є привабливою для споживачів інформації – епатажна, яскрава Яніна веде себе брутально та непрогнозовано. Серед коментарів до її роликів можна прочитати як схвалення їх поведінки, так і засудження.

Порушується право громадянина на повну та об’єктивну інформацію, адже більшість тверджень є особистим ставленням до події, хоча вони найчастіше аргументовані фактами. Інформація дуже часто подається з однобічно. Рекламні вставки чітко відокремлені від ролику, що і потрібно за нормами. Фото і відео доповнення відповідають змісту, але заголовки часто є клікбейтними: «Россия в шоке: популярная телеведущая рубанула правду (смотреть до конца!)»[40].

Межа між фактами, припущеннями та судженнями часто стирається. Точки зору опонентів не завжди є збалансованими, адже коментарів Яніна майже не бере у людей, яких критикує.

Ті соціологічні опитування, які ми аналізували не були вибірковим. Яніна не використовує незаконних методів здобуття інформації. На плагіаті також не була помічена. Дискримінації в відео Яніни ми не помітили. Яніна не пише тексти, які суперечать її власним поняттям. Яніна свідомо порушує поняття журналістської етики, адже використовує нецензурну лексику.

Телебачення Торонто це проект на платформі YouTube, який користується попитом серед української аудиторії. Їх ролики набирають у середньому пів мільйона переглядів, що досить непогано для аналітичного контенту. Головною людиною на цьому каналі є Майкл Щур. Він володіє цим проектом та є ідейним натхненником. Цей канал позиціонує себе як незалежне та незаангажоване медіа. На каналі присутні медіакритичні матеріали та новинний контент

Канал ведеться виключно українською. Вони активно пропагують цінність та самобутність українського народу, його історії та традицій Основним інструментом у поданні інформації використовується гумор та сарказм. «Та давайте вже перетворимо це все на телевізійне реаліті-шоу (щеплення від коронавірусу); «А оскільки щеплень на всіх не вистачить, хай глядачі смс голосуванням вирішують кому ж дістанеться вакцина [5].

Контент на цьому каналі дотримується свободи слова. Ми не помітили за цим каналом служіння будь-якій політичній силі. Цей канал не порушує стандарт, який свідчить про невтручання до особистого життя. Журналісти використовують відкриті джерела інформації.

Інформація подається об’єктивно, наскільки це можливо, адже критикуються політики та ЗМІ різних партій та господарів. Рекламні вставки чітко відокремлені від ролику, як це і потрібно за нормами.

Фото- і відео-доповнення відповідають змісту, але заголовки часто є клікбейтними наприклад: «The Simpsons – це Ванги?» [55].

На цьому каналі дотримуються межі між фактами та судженнями. Точки зору опонентів не завжди є збалансованими, адже не беруть коментарів у людей, яких критикують.

Ті соціологічні опитування, які ми аналізували не були вибірковим. На Телебаченні Торонто не використовують незаконних методів здобуття інформації. На плагіаті контент також не був поміченим.

Дискримінації в відео ми не помітили. Журналісти не пишуть тексти, які суперечать її власним поняттям. Поняття журналістської етики не порушують.

На YouTube каналі «DROZDOV» налічується 87 тис. підписників. Манера викладу матеріалу досить стримана та впевнена. Ми проаналізували контент на цьому каналі на дотримання стандартів журналістики. Цей канал дотримується одного з найважливіших стандартів – свободи слова. Досить гостро блогер-журналіст коментує події країни та світу, висловлюючи свою думку. Базуючись на цьому ми можемо стверджувати, що канал є самостійним та не слугує ніякий політичній силі.

Іноді блогер-журналіст свідомо порушує етичні норми, торкаючись честі та гідності людей, про яких він розповідає. Критикуючи дії тих людей, які не подобаються журналісту, Дроздов принижує опонента, що є порушенням стандарту журналістики.

Лайливої лексики, під час аналізу відеоконтенту помічено не було. Канал повністю не дотримується об’єктивності інформації, що порушує право споживача на це. Канал є більше аналітичним, де у основі стоїть суб’єктивна позиція автора, щодо становища країни. Цю позицію і транслює журналіст. Таким чином, інформація, дуже часто подається однобічно, не беруться коментарі опонентів стосовно певної теми. Як ми зазначали вище, не всі вченні вважають об’єктивність обов’язковим критерієм у журналістиці, але стандарти журналістики воно все ж таки порушує.

Реклама або відсутня, або відокремлюється спеціальними вставками, як це повинно бути. Фото і відео достовірні та відповідають змісту. У відеоматеріалах Остапа Дроздова часто стирається межа між фактом, судженням та припущенням. Журналіст не відокремлює свою думку від реальних подій, про які розповідає.

Баланс думок і точок зору зберігається завдяки тому, що журналіст бере коментар у опонента. За журналістом не було помічено незаконного здобуття інформації. Тексти є авторськими, без використання плагіату.

Дискримінації у відео Остапа Дроздова виявлено не було. Також немає матеріалів, що суперечать поняттям журналіста. Таким чином, блогер-журналіст дотримується свободи слова, використовує нормативну лексику, що відповідає етичним нормам, не використовує плагіат та його тексти не суперечать з власним баченням ситуації. Однак Остап Дроздов не зберігає об’єктивності матеріалу, що є ключовим порушенням норм журналістики.

Віталій Портніков вже більше 30 років у професії журналістики, до його слова прислуховуються багато українців. За стільки років він завоював довіру та повагу своїх глядачів. Наразі Віталій виставляє свої матеріали на YouTube каналі «Віталій Портніков», де налічується 100 тис. підписників.

Ми проаналізували контент на цьому каналі стосовно дотримання та реалізації стандартів журналістики у відеоматеріалах. На каналі журналіст дотримується свободи слова, що є одним з основних стандартів журналістики. Слугування будь якій політичній силі ми не побачили.

Віталій Портніков дотримується етичних норм журналістів, не використовує не поважні слова на адресу опонентів та не використовує ненормативну лексику. Хоча Віталій відкрито критикує деяких політиків, але не втручається у особисте життя. Порушується право на об’єктивну інформацію, адже журналіст будує свій контент на субєктивній думці та аналізу новин країн та світу. у деяких матеріалах зберігається баланс думок, але, зазвичай ні.

Рекламні вставки чітко відокремлені від ролику, як це і потрібно за нормами. Фото і відео доповнення відповідають змісту. Журналіст намагається тримати межу між фактами та власними судженнями. Незаконних методів збору інформації ми не помітили, всі програми є авторськими, плагіат не використовується.

Таким чином, YouTube канал «Віталій Портніков» дотримується основних норм журналістики, зберігає етичні норми, намагається залишати баланс думок. До порушень можна віднести суб’єктивність подання інформації, адже журналіст аналізує новини за власним розсудом.

Розглянуті нами журналісти-блогери загалом дотримуються стандартів журналістики у площині етики. Можемо спостерігати потужну актуальну складову текстів. Платформа YouTube дала можливість у розвитку незалежної журналістики, де немає чітких рамок і канонів. Доброчесні блогер-журналісти, наприклад тих, що ми розглянули дотримуються основних стандартів журналістики. Більшість порушень журналістських стандартів є свідомою, задля привернення уваги реципієнта. Ключовим порушенням є недотримання об’єктивності у тексті, але оскільки мова йде про аналітичний контент, на думку деяких вчених, це є допустимим. Вчені ще не дійшли загальної думки з питання об’єктивності та суб’єктивності воно досі залишається полемічним. Проте питання авторського «я» в блогерських текстах є ключовим моментом, що приваблює споживачів інформації до аналізованих текстів..

# РОЗДІЛ 2

# РЕДАКТОРСЬКИЙ АНАЛІЗ ТЕКСТІВ УКРАЇНСЬКИХ БЛОГЕРІВ-ЖУРНАЛІСТІВ НА ДОТРИМАННЯ

# ІНФОРМАЦІЙНОЇ НОРМИ РЕДАГУВАННЯ

## 2.1 Засоби творення ефективного тексту блогерами - журналістами

Журналістська діяльність це поєднання сухого збору інформації, аналізу та обробки даних з творчим процесом. Неможливо працювати у сфері журналістики не маючи креативного мислення та індивідуального підходу до написання матеріалу. Реципієнт цінує творчу, ексклюзивну манеру кожного окремого журналіста. Такі риси збільшують довіру читача, тим самим підвищують ефективність тексту. Оскільки у центрі нашої уваги саме блогер-журналісти, говорити будемо про них.

Блогер- журналіст, на відміну від журналіста, має більше можливостей продемонструвати свій креатив, адже блогер не зобов’язаний дотримуватися всіх норм і стандартів, як традиційні ЗМІ. Як саме користуватися цією можливістю справа кожного окремого блогер-журналіста. Хтось допускає стьоб та сарказм, у більш жорстокому виявлені, який не може собі дозволити звичайний працівник традиційного ЗМІ. Деякі, задля підвищення ефективності, використовують ненормативну лексику. Дуже часто, блогер-журналісти порушують об’єктивність тексту та не дотримуються балансу думок.

Такі засоби є більш привабливими для читача, але порушують стандарти журналістики та етичні норми. У ході нашої роботи ми аналізували YouTube канали 4 українських блогер-журналістів на засоби творення ефективного тексту:

Яніна Соколова використовує у своєму блозі сарказм та стьоб, дуже часто це проявляється у жорсткій формі з образливими виразами у адрес опонентів.

У Яніни дуже яскравий та епатажний медійний образ. Вона запам’ятовується своєму читачу, як рішуча та безстрашна журналістка, яка висловлює свою думку у жорсткій манері. Відповідно до цього образу вона використовує ненормативну лексику, як засіб творення ефективного тексту. Також, Яніна часто використовує клікбейт за для привернення уваги.

На YouTube каналі «Телебачення Торонто» також є свої засоби творення ефективного тексту. На цьому каналі новини подають з іронією та стьобом. Це саме ті риси, за якими можна відрізнити цей канал. Додає «шарму» їх передачі емоційно забарвлена мова, яка дуже часто є гіперболізована.

Цей канал часто використовує костюми та декорації, які не відповідають етичним нормам. Такі декорації роблять у вигляді статевих органів, чи інших епатажних формах. Потім вони з’являються на обкладинці відеоролику та звертає увагу глядача. Крім цього клікбейтним дуже часто є назва ролику, що також спонукає глядача увімкнути ролик.

Головною особливістю каналу є сатиричні передачі та влоги, які часто стають вірусними і набирають велику популярність. Вміст каналу включає в себе огляди новин, медіаграмотність в інстаграмі, а також короткі відео, які пояснюють сутність певних явищ [40].

Канал регулярно змінює формати та рубрики, проте зараз акцент зроблено на оглядах новин. Крім того, ведуться роботи над оновленням музичної рубрики, яка має стати офлайн-тусовкою для любителів актуальної музики. Особливість команди каналу полягає в тому, що вони активно залучають до співпраці талановитих людей, які вже створюють власний контент. Це дозволяє каналу знайти цікавих авторів і розвиватися безпосередньо в разі виявлення спільної мови.

«Телебачення Торонто» демонструє, що успішний україномовний контент може здобути популярність, навіть якщо створюється в екосистемі YouTube, яка має велику кількість російськомовного контенту.

Канал «Телебачення Торонто» є цікавим прикладом успішного україномовного YouTube-каналу, який зміг завоювати велику аудиторію та отримати значну кількість переглядів. Основною причиною його популярності є сатиричний підхід, цікавий контент та актуальні теми.

Зміна форматів та рубрик свідчить про гнучкість команди каналу та їхню готовність адаптуватися до потреб аудиторії. Акцент на оглядах новин і робота над музичною рубрикою свідчать про зусилля підтримувати актуальність та розвивати контент.

Залучення талановитих авторів до співпраці також може сприяти розширенню аудиторії та рознообразненню контенту.

Цей канал показує, що україномовний контент має потенціал для популярності й успіху на платформі YouTube, навіть у конкурентному середовищі, і що важливо залишатися актуальним та гнучким, щоб відповідати на потреби та інтереси глядачів.

Канал активно коментує актуальні події, що дозволяє глядачам слідкувати за новинами та обговорювати їх. Він також надає можливість спільності об’єднуватися та висловлювати свої думки щодо важливих питань.

За допомогою цього каналу, Майкл Щур (Роман Вінтонів) сприяє популяризації незалежних журналістів та україномовного контенту на YouTube, створюючи цікавий та вірусний контент, який привертає увагу глядачів і розвиває український медійний простір [29]

Остап Дроздов, на відміну від Яніни Соколової та «Телебачення Торонто», навпаки використовує емоційно стабільну, спокійну та впевнену мову. Його медійний образ базується на демонструванні авторитету та обізнаності.

Однак, на цьому каналі, Остап може принижувати думку та гідність опонента, емоційно давити на нього, що є порушенням стандартів. Його вирази зачасту є суб’єктивними, на чому він також збільшує ефективність своїх текстів.

Віталій Портніков, також як і Остап Дроздов, будує свій образ на авторитетній думці. Його мова чітка та впевнена, він не майже не використовує емоційно забарвленні слова.

Розмовляючи з опонентом він робить це професійно, балансуючи між особистим життям та справ, які безпосередньо впливають на справу.

Однак, Віталій не дотримується балансу думок, виказуючи свої переконання та аналізи інформації, чим привертає увагу глядача та підвищую ефективність тексту.

Важливим компонентом творення ефективного тексту блогерами-журналістами є вираження авторського «я». Ця категорія протиставляється об’єктивності, найвищий рівень вияву авторського «я» спостерігаємо в публіцистичних текстах. Блогерські тексти наближаються до публіцистики. Вчений М. Феллер дотримується тієї думки, що важливу роль у матеріалі відіграє власне ставлення автора журналістського матеріалу до того факту, що він надає читачеві. Вчений стверджує, що це один із реалізаторів контактної та організуючої функцій тексту. Також, контакт забезпечує влучність підбору заголовку, підбором цікавих ілюстрацій, архітектоніки усього тексту і розташування його на певній сторінці. В свою чергу організуюча функція реалізується за рахунок впливу на емоції реципієнта, утримання уваги, створення ефекту очікування шляхом нанизування уже відомих фактів, після яких має йти несподівана розв’язка.

Також, існує думка, що за допомогою різних позицій світогляду реалізується свідомість автора в журналістському творі. Цієї думки дотримується науковець В. Дроботенко. Він вважає, що наявність суб’єктивності у вигляді власних думок, життєвих цінностей та моральних уявлень не суперечить документальній основі журналістського твору [9].

Також, у вивченні цього питання існує протилежна думка. Наприклад, вчений В. Коньков відокремлює мовні засоби вираження від самого автора. Науковець називає авторське «я» втіленням автора як одного з персонажів тексту, мовною партією автора, що протиставляється мовним партіям інших персонажів тексту. Він переконує, що авторське «я» і образ автора це різні категорії, що можуть не перетинатися [18].

Схожої думки дотримується Є. Почкай, який зазначає, що ототожнення образу автора з особистістю журналіста носить обмежений характер, адже журналіст сам створює образ автора. «Образ публіциста сприймається як автопортрет художника – перед нами і соціальна людина, і яскрава талановита особистість зі всіма своїми неповторними рисами» [34].

Авторське «я» кожен блогер реалізує по-своєму. Наприклад Яніна Соколова реалізує своє «я» через поєднання у медійному образі інтелігентного та братального стилю. Яніна дуже емоційно веде своє шоу, її брутальний образ та вигляд не може не зацікавити око реципієнта. Журналістка навмисно підбирає яскраву та епатажну одежу, яка повністю доповнює її образ бруталки, що межує з вульгарністю.

Через свій медійний образ Яніна демонструє певненість та відсутність страху перед опонентом. Особливо це доречно, коли мова йде про сучасну ситуацію, яка склалася між Росією та Україною. В умовах інформаційної війни, яка без сумніву зараз відбувається, такий образ Яніни є виграшним для України, адже, журналіст, зазвичай ототожнюється зі своїм народом. Таким чином Яніна демонструє силу українців, їх незламність та готовність доводити свою правоту та відстоювати честь країни.

Звичайно, що до авторського «я» можна віднести особисті уподобання та позицію журналіста. Таким чином, спираючись на контент Яніни Соколової, та аналізуючи його, ми можемо казати, що Яніна позиціонує себе, як проукраїнський журналіст, який стоїть за її честь та гідність. Вона активно висловлює свою думку стосовно українського Донбасу та Криму та має чітку громадянську позицію, що транслює у своєму блозі.

Майкл Щур також епатажно виражає своє «я». Його медійний образ є у більшій мірі гротескним та кумедним. Він поєднує у образі класичні костюми та яскраві краватки, що робить стиль незабутнім для реципієнта. Зовнішній вигляд Майкла Щура повністю відповідає його манері подачі інформації. Так само яскраво та з іронією він веде свою програму. Також, Майкл Щур виражає своє «я» через сарказм та особливу подачу інформації, де часто використовується гіпербола задля створення комічного ефекту.

Майкл Щур має стійку проукраїнську позицію, яка відстежується у його відеоматеріалах. Таким чином він реалізує своє авторське «я» через громадянську позицію, яка полягає у критиці влади, окреслення самобутності українського народу та незалежності нації. Таким чином, ми можемо дійти висновку, що шоу Майкла Щура позиціонує себе, як незалежне українське медіа, яке виражає думку автора через ставлення до сучасної ситуації в країні, у тому числі агресії з боку Росії.

Остап Дроздов виражає своє «я» через поєднання у образі радикальної думки та спокою. Остап часто висловлюється образливо у сторону опонентів, тим саме позиціонує себе зверхньо до них. Мова журналіста не є емоційно-забарвленою, таким чином він демонструє спокій та впевненість. Також, Остап реалізує своє «я» у сучасному ставленні до політичного становища країни та агресії зі сторони Росії. Його погляди також є проукраїнськими, однак вони більш радикальні за погляди аналізованих нами журналістів.

Віталій Портніков формує свій медійний образ, спираючись на досвід та повагу глядачів. Він реалізує своє «я» через власну оригінальну думку, яка є авторитетною для його аудиторії. Його мова чітка, продумана та впевнена. Журналіст працює в політичній аналітиці та робить власні прогнози щодо майбутнього країни, тим самим реалізуючи своє «я» у матеріалу. Його позиція чітка та зрозуміла, особливо це стосується питання агресії Росії. Він займає проукраїнську сторону, на якій свідомо та дипломатично веде інформаційну боротьбу з проросійськими пропагандистами.

Аналізовані журналісти були відомі й до їх блогерської діяльності. Головними чинниками творення ефективного тексту, що засвідчується популярністю медіапродукту серед споживачів інформації, є інтелект, харизма, знання матеріалу, а також небанальне авторське «я», що супроводжується як мовними, так і позамовними елементами творення тексту.

Особливу роль у висвітленні подій російсько-української війни відіграє блогер та волонтер Сергій Притула. На своїх сторінках у соцмережах він не лише інформує про ситуацію на фронті, а й активно займається збором коштів на потреби української армії. Завдяки своїй популярності та довірі аудиторії Притула зміг залучити значні суми на закупівлю амуніції, транспорту та технічних засобів для військових. Він також бере участь у гуманітарних проектах, спрямованих на допомогу постраждалим від війни.

Раміна Есхакзай - відома українська журналістка та блогерка, яка має популярний YouTube-канал зі значною кількістю підписників. Вона стала відомою завдяки своєму вмінню проводити цікаві інтерв’ю, а її канал

Раміна володіє навичками ведення інтерв’ю, які вразили навіть досвідчених колег, таких як Маша Єфросиніна, і вона заслужила визнання у світі інтерв’юерів. Важливим фактором її успіху є вміння залишатися спокійною та впевненою навіть у стресових ситуаціях. Її підготовка до інтерв’ю включає глибоке дослідження теми, і це відображається у якісних та об’єктивних інтерв’ю.

Навіть після скандалу в 2021 році, Раміна змінила напрям свого каналу і стала активно висвітлювати події воєнного часу, а також надавати допомогу бійцям з окремих штурмових бригад. Це свідчить про її активну громадянську позицію та соціальну відповідальність. Раміна використовує свою платформу для підтримки громадських та гуманітарних ініціатив, а також для підвищення обізнаності про важливі проблеми сучасності.

Її робота свідчить про те, що Раміна Есхакзай - це не лише журналістка, але й активістка, яка відіграє важливу роль у висвітленні подій та підтримці тих, хто перебуває в складних умовах. Вона залишає свій слід в українському медійному просторі завдяки своїй професіоналізму та громадянській активності.

Раміна Есхакзай дійсно є важливою постаттю в українському медійному просторі, і її канал виконує значну роль у висвітленні подій та підтримці громадських ініціатив. Досягнення Раміни, такі як вміння проводити якісні та об’єктивні інтерв’ю, глибоке дослідження тем та підтримка важливих суспільних і гуманітарних ініціатив, заслуговують на визнання.

Її здатність залишатися спокійною та впевненою у стресових ситуаціях є важливою рисою для успішного ведення інтерв’ю, особливо в контексті сучасних складних ситуацій.

Раміна також демонструє активну громадянську позицію та соціальну відповідальність, яка виявляється в її висвітленні подій воєнного часу та підтримці бійців. Її робота сприяє підвищенню обізнаності про важливі проблеми сучасності та активізації громадського впливу.

Узагальнюючи, Раміна Есхакзай відображає важливий аспект журналізму та громадянської активності в Україні, працюючи для розширення інформаційного простору та підтримки важливих суспільних цінностей.

Аналіз різних YouTube-каналів вказує на різноманітність контенту та стратегій, які використовують ведучі для привернення та утримання аудиторії.

Блогери також приділяють увагу таким темам, як корупція та зловживання владою, права людини та свобода слова, екологія та захист довкілля, освіта та наука, охорона здоров’я та медична реформа, культура та мистецтво [18, с. 83]. Окреме місце займає висвітлення подій на Донбасі та анексованому Криму, проблем переселенців та ветеранів, а також інформаційної війни та протидії російській пропаганді [19, с. 105].

Жанрове різноманіття суспільно-політичного контенту в блогосфері включає в себе інформаційні замітки, репортажі, інтерв’ю, аналітичні статті, авторські колонки, блоги-розслідування, огляди та рецензії [20, с. 127]. Блогери використовують як традиційні журналістські жанри, так і специфічні жанри блогосфери, такі як пости, коментарі, відеоблоги та стріми. Популярними є також мультимедійні формати, такі як фоторепортажі, інфографіка, відеосюжети та подкасти.

Ще однією рисою суспільно-політичного контенту в блогосфері є його інтерактивність та діалогічність. Блогери активно комунікують зі своєю аудиторією, відповідають на коментарі та запитання, а також залучають читачів до дискусій та обговорень [25, с. 237]. Це створює ефект співпричетності та співавторства, а також дозволяє краще зрозуміти потреби та настрої суспільства.

Таким чином, тематичне та жанрове різноманіття суспільно-політичного контенту в українській блогосфері відображає багатогранність та динамічність суспільно-політичного життя країни, а також демонструє потенціал блогів як альтернативного та незалежного джерела інформації та платформи для суспільного діалогу.

## 2.2 Проблеми та виклики редакторської роботи з суспільно-політичним контентом в умовах війни

Редакторська робота з суспільно-політичним контентом в умовах війни стикається з низкою проблем та викликів. Однією з ключових проблем є забезпечення безпеки журналістів та блогерів, які працюють у зоні бойових дій або на окупованих територіях [29, с. 325]. Редактори мають не лише дбати про фізичну безпеку своїх співробітників, а й забезпечувати їх психологічну підтримку та допомогу в разі потреби.

Іншим викликом є необхідність оперативної перевірки інформації в умовах обмеженого доступу до джерел та постійних інформаційних атак з боку ворога [35, с. 457]. Редактори мають вміти швидко відрізняти правдиву інформацію від фейків та пропаганди, використовувати надійні джерела та експертні оцінки.

Проблемою є також дотримання балансу між патріотизмом та об’єктивністю у висвітленні подій [31, с. 369]. З одного боку, редактори мають підтримувати моральний дух населення та сприяти консолідації суспільства, з іншого - уникати однобокості та пропаганди. Це вимагає високого професіоналізму та етичності від редакторів.

Ще одним викликом є адаптація контенту до специфіки аудиторії в умовах війни [33, с. 413]. Редактори мають враховувати психологічний стан людей, дозувати негативну інформацію та надавати позитивні приклади . Також важливо забезпечувати доступність та зрозумілість контенту для різних груп населення.

Проблемою є і забезпечення технічних умов для роботи редакторів та блогерів в умовах війни. Відключення електроенергії, проблеми зі зв’язком та Інтернетом можуть суттєво ускладнювати роботу з контентом. Редактори мають бути готові до роботи в екстремальних умовах та мати відповідні плани дій.

Виклики для редакторів створює і співпраця з державними органами та силовими структурами [37, с. 501]. З одного боку, редактори мають налагоджувати ефективну комунікацію з офіційними особами для отримання оперативної та достовірної інформації, з іншого – зберігати редакційну незалежність та уникати цензури.

Проблемою є також брак кваліфікованих кадрів для роботи з суспільно-політичним контентом в умовах війни [18, с. 83]. Редактори мають не лише володіти професійними навичками, а й бути стресостійкими, відповідальними та патріотичними. Це вимагає спеціальної підготовки та постійного розвитку редакторів.

Ще одним викликом є необхідність протидії інформаційним атакам та маніпуляціям з боку ворога [22, с. 457]. Редактори мають вміти розпізнавати інформаційні операції, спрямовані на дестабілізацію ситуації в країні, та надавати аудиторії об’єктивну інформацію. Це вимагає глибокого розуміння природи інформаційної війни та навичок медіаграмотності.

Проблемою є і етичні дилеми, з якими стикаються редактори в роботі з суспільно-політичним контентом в умовах війни. Наприклад, як висвітлювати втрати української сторони, щоб не деморалізувати суспільство, але й не приховувати правду. Або як реагувати на прояви ненависті та агресії в коментарях читачів. Редактори мають керуватися професійними стандартами та етичними принципами журналістики.

Виклики для редакторів створює і необхідність оперативного реагування на зміни ситуації та потреби аудиторії. В умовах війни суспільно-політичний контент має бути максимально актуальним та релевантним. Це вимагає від редакторів гнучкості, креативності та вміння швидко адаптуватися до нових умов [26, с. 259].

Редактори суспільно-політичного контенту в блогосфері стикаються з проблемою емоційного вигорання та стресу в умовах війни [29, с. 327]. Постійний потік негативних новин, робота в екстремальних умовах та необхідність приймати складні рішення можуть призводити до психологічного виснаження та втрати мотивації.

Війна загострює проблему мови ворожнечі та радикалізації дискурсу в блогосфері. Редактори мають знаходити баланс між свободою слова та недопущенням поширення ненависті, дискримінації та закликів до насильства. Це вимагає розробки чітких редакційних політик та модерації контенту.

В умовах обмежених ресурсів та фінансової нестабільності редактори стикаються з проблемою забезпечення належних умов праці для своїх співробітників. Це включає не лише гідну оплату, а й надання необхідного обладнання, програмного забезпечення та можливостей для професійного розвитку.

Війна підвищує ризики цензури та тиску на редакторів з боку влади, особливо щодо чутливих тем національної безпеки [19, с. 109]. Редактори мають відстоювати свою незалежність та право на критику, водночас уникаючи розголошення інформації, що може зашкодити обороноздатності країни.

Війна загострює проблему інформаційної нерівності та доступу до достовірної інформації [34, с. 439]. Редактори мають шукати шляхи донесення контенту до аудиторій, які мають обмежений доступ до інтернету, живуть на окупованих територіях або зазнають інформаційної блокади. Це вимагає креативності та використання альтернативних каналів комунікації.

Редактори мають вирішувати етичні питання щодо співпраці з блогерами, які мають зв’язки з політичними силами чи бізнес-інтересами [6, с. 120]. В умовах війни зростає ризик використання блогів для просування пропаганди, лобіювання чи маніпуляцій. Редактори мають перевіряти потенційні конфлікти інтересів та забезпечувати прозорість і неупередженість контенту.

Ще однією проблемою є забезпечення фінансової стабільності медіа в умовах економічної кризи, спричиненої війною [2, с. 49]. Редактори мають шукати нові джерела доходів, оптимізувати витрати та забезпечувати ефективне використання ресурсів. Це вимагає не лише професійних, а й управлінських та підприємницьких навичок від редакторів.

Проблемою є і забезпечення інформаційної безпеки та захисту даних в умовах війни. Редактори мають дбати про безпеку комунікацій, конфіденційність джерел інформації та захист персональних даних співробітників та читачів. Це вимагає спеціальних знань та навичок в галузі кібербезпеки [30, с. 611].

Викликом для редакторів є і необхідність співпраці з міжнародними медіа та організаціями. В умовах війни важливо донести правду про ситуацію в Україні до світової спільноти та заручитися підтримкою міжнародних партнерів. Редактори мають налагоджувати комунікацію з іноземними колегами, надавати їм достовірну інформацію та сприяти об’єктивному висвітленню подій в Україні.

Ще однією проблемою є необхідність протидії пропаганді та дезінформації не лише з боку ворога, а й всередині країни [19, с. 105]. В умовах війни можуть поширюватися чутки, паніка та радикальні настрої, що підривають єдність суспільства. Редактори мають виявляти та спростовувати такі інформаційні впливи, а також сприяти зваженому та раціональному діалогу.

Таким чином, редакторська робота з суспільно-політичним контентом в умовах війни стикається з численними проблемами та викликами, які вимагають від редакторів високого професіоналізму, відповідальності, етичності та готовності до роботи в екстремальних умовах.

Для покращення редакторської підготовки суспільно-політичного контенту в блогосфері в умовах війни можна надати низку рекомендацій. Перш за все, редактори мають постійно підвищувати свій професійний рівень, опановувати нові навички та знання, необхідні для роботи в екстремальних умовах. Зокрема, редакторам варто вдосконалювати навички фактчекінгу, верифікації інформації, роботи з великими даними та аналітики [32, с. 611].

Також редакторам слід приділяти особливу увагу дотриманню професійних стандартів та етичних норм журналістики. В умовах війни зростає ризик поширення неперевіреної інформації, маніпуляцій та пропаганди. Редактори мають керуватися принципами об’єктивності, збалансованості та достовірності, а також уникати мови ворожнечі та дискримінації.

Важливо налагоджувати ефективну комунікацію та співпрацю між редакторами, журналістами та блогерами [10, с. 204]. В умовах війни особливо важливі злагодженість та координація дій, обмін досвідом та взаємна підтримка. Редакторам варто створювати професійні спільноти, проводити спільні навчання та обговорення, а також співпрацювати з громадськими організаціями та волонтерами [13, с. 270].

Редакторам слід також дбати про безпеку та психологічний стан співробітників. Зокрема, варто забезпечувати журналістів та блогерів засобами захисту, проводити інструктажі з безпеки, надавати психологічну підтримку та консультації. Також важливо створювати умови для відпочинку та відновлення сил співробітників.

Для покращення якості суспільно-політичного контенту редакторам варто залучати експертів та фахівців з різних галузей [5, с. 105]. В умовах війни особливо важливі компетентні коментарі та аналітика, які допомагають аудиторії краще зрозуміти ситуацію та прийняти зважені рішення. Редакторам слід налагоджувати співпрацю з науковцями, дослідниками, військовими експертами та іншими фахівцями [6, с. 479].

Редакторам також варто приділяти увагу оптимізації контенту для різних платформ та форматів. В умовах війни люди часто отримують інформацію з мобільних пристроїв, соціальних мереж та месенджерів. Редактори мають адаптувати контент для цих каналів комунікації, використовувати мультимедійні та інтерактивні елементи, а також забезпечувати швидке завантаження та зручність перегляду.

Для ефективної протидії інформаційним атакам та маніпуляціям редакторам необхідно розвивати медіаграмотність своєї аудиторії [35, с. 457]. Зокрема, варто роз’яснювати читачам принципи роботи медіа, знайомити їх з прийомами пропаганди та дезінформації, а також надавати інструменти для самостійної перевірки інформації. Редактори можуть створювати спеціальні рубрики, проводити навчання та вебінари для підвищення медіаграмотності.

Також редакторам слід налагоджувати ефективну комунікацію з аудиторією та заохочувати її активність. В умовах війни люди прагнуть не лише отримувати інформацію, а й ділитися своїми думками, досвідом та емоціями. Редакторам варто створювати майданчики для дискусій, модерувати коментарі, відповідати на запитання читачів та залучати їх до створення контенту [40, с. 567].

Для забезпечення фінансової стабільності медіа редакторам необхідно диверсифікувати джерела доходів та оптимізувати витрати. Зокрема, варто розвивати краудфандинг, партнерські програми, спонсорство та інші моделі монетизації контенту. Також редакторам слід шукати можливості для отримання грантів та підтримки від міжнародних організацій та фондів [27, с. 281].

Редакторам також варто дбати про розвиток та мотивацію своїх співробітників. В умовах війни журналісти та блогери працюють на межі своїх можливостей, тому важливо забезпечувати їм гідну оплату праці, можливості для професійного зростання та визнання їхніх досягнень. Редакторам слід створювати сприятливу атмосферу в колективі, заохочувати ініціативність та креативність, а також надавати співробітникам підтримку та ресурси для реалізації їхніх ідей [43, с. 633].

Редакторам також важливо налагоджувати співпрацю з міжнародними партнерами та медіа [13, с. 270]. Зокрема, вар то обмінюватися досвідом та кращими практиками з іноземними колегами, брати участь у міжнародних проектах та конференціях, а також сприяти поширенню об’єктивної інформації про ситуацію в Україні за кордоном. Також редакторам слід залучати іноземних експертів та журналістів до створення контенту, щоб надати міжнародний контекст подіям в Україні.

Для протидії дезінформації та пропаганді всередині країни редакторам необхідно налагоджувати співпрацю з державними органами, громадськими організаціями та лідерами думок. Зокрема, варто обмінюватися інформацією про інформаційні загрози, координувати зусилля з виявлення та спростування фейків, а також проводити спільні інформаційні кампанії [24, с. 215]. Водночас, редакторам слід зберігати редакційну незалежність та уникати тиску з боку влади чи інших зацікавлених сторін.

Редакторам потрібно підвищувати прозорість своєї роботи та взаємодію з аудиторією. В умовах недовіри до медіа та поширення фейків важливо відкрито говорити про свої редакційні процеси, джерела фінансування та потенційні конфлікти інтересів. Редакціям варто розвивати канали комунікації з читачами, заохочувати зворотній зв’язок та залучати аудиторію до створення контенту.

Таким чином, для покращення редакторської підготовки суспільно-політичного контенту в блогосфері в умовах війни необхідний комплексний підхід, який включає розвиток професійних навичок, дотримання етичних стандартів, налагодження співпраці з різними стейкхолдерами, забезпечення безпеки та мотивації співробітників, а також стратегічне планування та управління ризиками.

# ВИСНОВКИ

Проаналізувавши контент окремих українських блогерів-журналістів, ми можемо прийти до висновку, що українська блогосфера розвивається швидкими темпами. Поступово глядачі переходять від телебачення до платформи YouTube.

Вивчаючи матеріали для наукової роботи ми ознайомились з такими термінами, як: блог, блогінг та блогер. З’ясували, що ця тема досліджена науковцями не у повному обсязі, адже ці явища з’явилися не так давно, тому чітко сформульованих понять немає. До невизначеності поняття додається стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, а також залученням в блогерську діяльність як спеціалістів, які знають правила створення інформаційного продукту та наслідки від некоректного його подання, так і аматорів, для яких питання дотримання норм та стандартів залишається невідомим. Проаналізувавши вже написані наукові роботи, можемо дійти висновку, що:

Блог – це вебсайт, головний зміст якого є записаи чи мультимедіа, яка постійно оновлюється та додається. Блогінг – діяльність блогера, його безпосередня робота над створенням контенту. Блогер – автор блогу, який створює контент. Функціями блогінгу можуть бути: інформаційна, просвітницька, виховна, пропагандистська, а також самореалізація творчості автора, комерційні інтереси,бажання стати відомим тощо. Досить часто всі функції поєднуються.

Серед блогерів, як ми вже зазначали, виділяються майстри своєї справи, експерти, а також пересічні громадяни, які лише висловлюють з того чи іншого питання своє бачення проблеми. Розрізнення спеціалістів та неспеціалістів на блогерських майданчиках немає. Виняток становлять лише інформаційні портали, які надають майданчик лідерам думок, експертам та іншим фахівцям для висвітлення своєї позиції. На цьому рівні можемо спостерігати кваліфікований відбір медіаторів.

Інформаційна норма редагування є невід’ємною частиною створення та редагування контенту. Будь який популярний текст має новизну, актуальність інформації. А вже дотримання стандартів журналістики – балансу думок і точок зору, оперативності, достовірності (посилання на джерела), відокремлення фактів від коментарів, точності, повноти представлення фактів та інформації з проблеми можемо вимагати від блогерів-журналістів, які мають відповідні знання та компетенції з цієї теми. Вимоги стосуються інформаційних жанрів журналістики, у якійсь мірі поширюються на аналітичні та художньо-публіцистичні. Медіатекст блогера-журналіста повинен відповідати етичним нормам, базуватися на Декларації прав людини й одночасно працювати на регулювання суспільних відносин.

Перераховане вище відповідає дотриманню інформаційної норми редагування та корелює з етичною. Проте на сьогодні суспільство не напрацювало інструментів, механізмів за заходів, що б стримувало медійників порушувати правила створення медіапродукту, за винятком громадського осуду, що навпаки підвищує його популярність.

Таким чином, дослідження продемонструвало комплексність та багатогранність проблематики редакторської підготовки суспільно-політичного контенту в блогосфері в умовах війни та післявоєнного періоду. Для ефективного розвитку такого контенту та реалізації його потенціалу необхідні системні зусилля з боку редакторів, блогерів, медіа-спільноти, влади та громадянського суспільства, спрямовані на забезпечення професіоналізму, відповідальності, незалежності та інноваційності суспільно-політичної комунікації в цифровому середовищі.

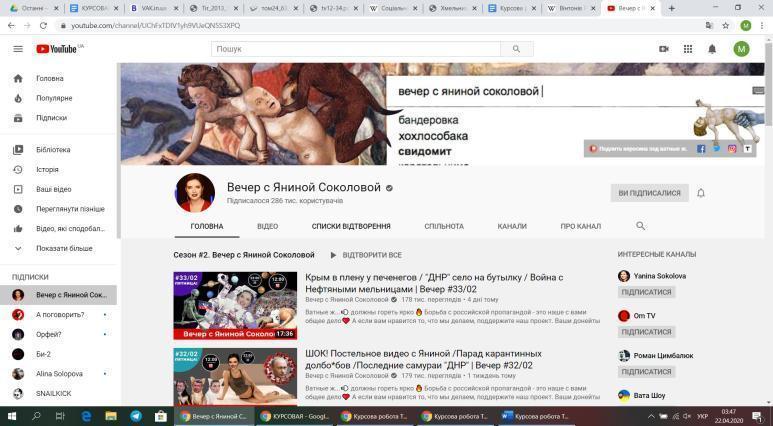
# СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бойко Ю. Соціальні мережі як зброя та інструмент впливу в умовах інформаційної війни. *Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса.* 2021. Том1. №13. С. 131–138.
2. Булана Є. А. Європейський Союз та інформаційні впливи Російської Федерації. *Вісник студентського наукового товариства Донецького національного університету імені Василя Стуса*. Том 1 / Ред. кол. Хаджинов І. В. (голова) та ін. Вінниця  : ДонНУ імені Василя Стуса, 2020. Вип. 12. Т. 1. 283 с.
3. Бутиріна М., Гиріна Т., Бондаренко І., Тяпкіна Н., Скуртул Г. The Development of Innovative Media Education Styles in the Era of Information and Communication Technologies. *Journal of Curriculum and Teaching* . 2022. Т. 11. № 1. C. 195–207.
4. Гвоздєв В. М. Блогінг як інструмент громадянської журналістики: український контекст. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2019. 278 с.
5. Денисюк Ж. З. Пропаганда та контрпропаганда в контексті стратегій державної інформаційної поілітики. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Державне управління*. 2021. Том 32 (71).No 2.С.46-51.
6. Досенко А.К. Блоги і традиційні медіа: аналіз співіснування. *Образ.* 2018. Вип. 1 (27). С.111–118.
7. Звоздецька О. Дезінформація як загроза національній безпеці Європейського Союзу: проблеми та підходи. *Історико-політичні проблеми сучасного світу*. 2021. Т. 43, С. 30–39.
8. Ковпак В. А., Політова О.О. Українські буктьюб та букстаграм: дискурси культури читання української книги та національної безпеки. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського.* Том 32 (71). № 6 Ч. 3. 2021. С.126–132.
9. Кормич Л. І., Кормич А. І. Новий формат загроз міжнародного тероризму: час мереж та технологій. *Актуальні проблеми політики*. 2019. Вип. 63. С. 6–19.
10. Краснопольська Т.М., Милосердна І.М. Цифрові технології в механізмі взаємодії громадянського суспільства та держави. *Актуальні проблеми політики: зб. наук. пр. 2021.* Вип.67.Одеса. С. 68–74.
11. Лісневська А.Л. Storytelling transmeia в аудіовізуальному контенті. *Журналістика та реклама: вектори взаємодії*. 2019. С. 146–153
12. Лісневська А.Л., Новикова Р. Аудіовізуальний контент у культурній журналістиці воєнного часу: до питання національної ідентичності. *Синопсис: текст, контекст, медіа*. 2023. № 29(2). С. 131–138.
13. Лісневська А.Л., Фруктова Я.С. Аудіовізуальний контент: до питання ризиків впливу сучасних медіа. *Інтегровані комунікації*. 2020. № (8). С. 47–54.
14. Нечипорук Я. В.Правовий статус блогера. *Юридичний науковий електронний журнал.* 2022. No 9. С. 172–176.
15. Перцева В. А. Блогосфера як новий вид медійного дискурсу. *Сучасні проблеми правового, економічного та соціального розвитку держави : тези доп. ХІ Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Вінниця, 9 груд. 2022 р.) / МВС України, Харків. нац. ун-т внутр. справ, Наук. парк «Наука та безпека».* Вінниця, 2022. С. 235–237.
16. Погребняк І. Блогінг як форма сучасного мережевого художньо-публіцистичого жанру. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Сер. Філологія. Соціальні комунікації.* Т.31 (70). №3. Ч.3. 2020. С.229–233.
17. Полторак В.А., Стадник А.Г. Пропаганда та її місце в процесі ведення інформаційних війн. Основні форми пропагандисьского впливу: пряма пропаганда, джинса, пабліситі, пропаганда 2.0. *Epistemological studies in Philosophy, Social and Political Sciences, 2020, 3 (1) С.126–138.*
18. Потятиник Б. В. Жанрова специфіка блогів суспільно-політичної тематики. Львів : ПАІС, 2020. 250 с.
19. Приступенко Т. О. Блогери як представники «п’ятої влади». Київ : Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2022. 350 с.
20. Різун В. В. Редакторський фактчекінг блогів в умовах війни. Київ: Видавничий центр «Просвіта», 2023. 420 с.
21. Рождественська О. А. Блогосфера як індикатор суспільних настроїв під час війни. Запоріжжя: Класичний приватний університет, 2020. 300 с.
22. Таркін В.П. Інформаційні війни: теоретичний аспект. *Держава і право. Юридичні і політичні науки.*2020. Випуск 87. С.285–294.
23. Тяпкіна Н., Сарапій М. . Сатирично-гумористичні тексти української блогосфери як інструменти відтворення дійсності. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації.* 2021. № №4(48). C. 62–68.
24. Чабаненко М. В. Професійні стандарти блогерської діяльності в умовах війни. Запоріжжя: Класичний приватний університет, 2021. 350 с.
25. Чернявська Л. В., Тяпкіна Н. І., Бондаренко І. С., Костюк В. В., Усманова О. В., Костюк Ю. В. *Media Anti-Discriminatory Practices in War Conditions. Khazar Journal of Humanities and Social Sciences*. 2023. Т. 26. № 1. C. 64–78.
26. Чорномаз Б.Д. Національна пам’ять як зброя в інформаційній війні. *Науково-теоретичний альманах «Грані».* 2019. № 22(11). С. 69–80.
27. Almekhlafi A. G. The effect of E-books on preservice student teachers’ achievement and perceptions in the United Arab Emirates. *Education and Information Technologies.* 2020. № 26 (1). PP. 1001–1021.
28. Dimitriadou E., Lanitis A. A critical evaluation, challenges, and future perspectives of using artificial intelligence and emerging technologies in smart classrooms. Smart Learning Environments. 2023. Vol. 10, no. 1.
29. Gerhart N., Peak D., Prybutok V. R. Encouraging E-Textbook Adoption: Merging Two Models. *Decision Sciences: Journal of Innovative Education*. 2017. Vol. 15. № 2. PP. 191–218.
30. Puspita D., Suprayogi S. Language use variation of L2 writers in weblog across different gender and genres. *Rainbow: journal of literature, linguistics and culture studies.* 2021. Vol. 10, no. 2. P. 42–50.
31. Somasundaram M., Junaid K. A. M., Mangadu S. Artificial Intelligence (AI) Enabled Intelligent Quality Management System (IQMS) For Personalized Learning Path. Procedia Computer Science. 2020. Vol. 172. P. 438–442
32. Spencer R., Comeau E., Matchett B., Biderman M., Doria N., Joy P., Numer M. Interactive E-Texts and Students. Canadian Journal of Education / *Revue canadienne de l’éducation*. 2020. Vol. 43. № 1. PP. 258–287.
33. Thomas K. F. Chiu. Introducing Electronic Textbooks as Daily-Use Technology in Schools: A Top-Down Adoption Process. B*ritish Journal of Educational Technology.* 2016. Vol. 48. № 2. PP. 524–537.
34. Tjapkina N. Satirisch-humoristische Texte in der ukrainischen Blogssphäre während der russischen bewaffneten Aggression gegen die Ukraine. *Satirisch-humoristische Texte in der ukrainischen Blogssphäre während der russischen bewaffneten Aggression gegen die Ukraine .* 2019. C. 510–518.
35. Zou H., Hyland K. Reworking research: interactions in academic articles and blogs. *Discourse studies*. 2019. Vol. 21, no. 6. P. 713–733.

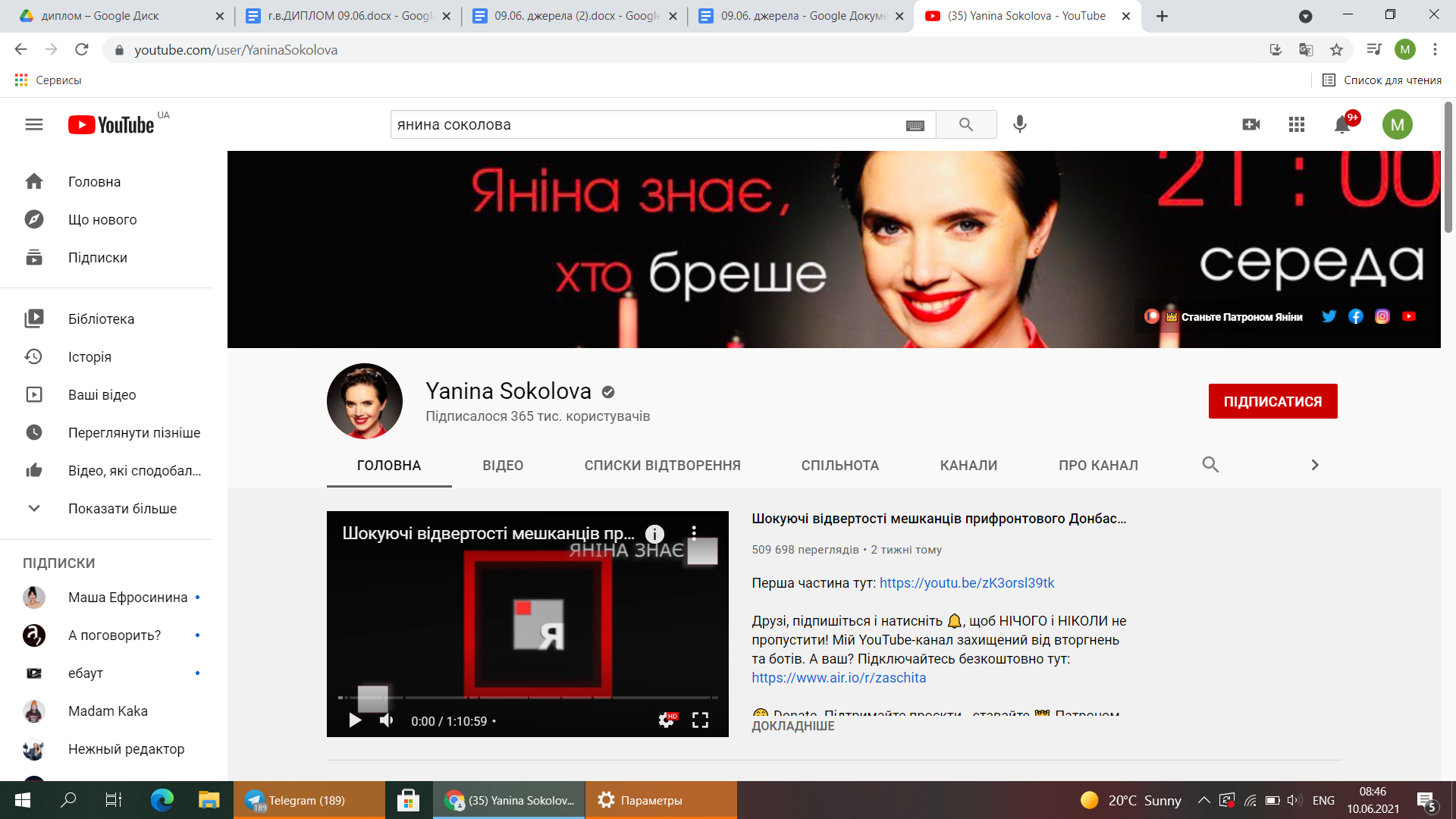
# ДОДАТОК А

# YOUTUBE КАНАЛИ ЯНІНИ СОКОЛОВОЇ

«Вечір з Яніною Соколовою»

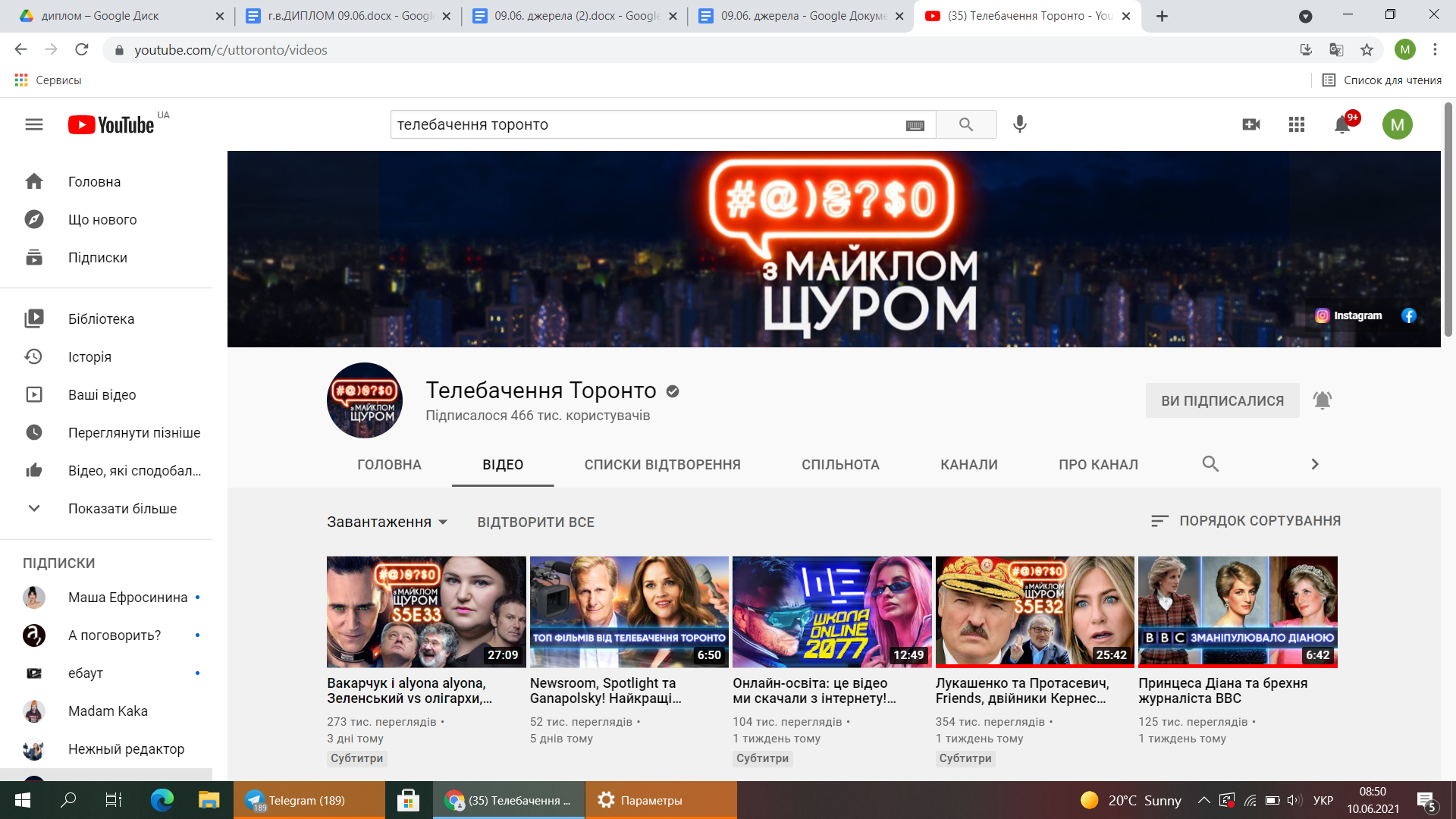


# «Яніна Соколова»



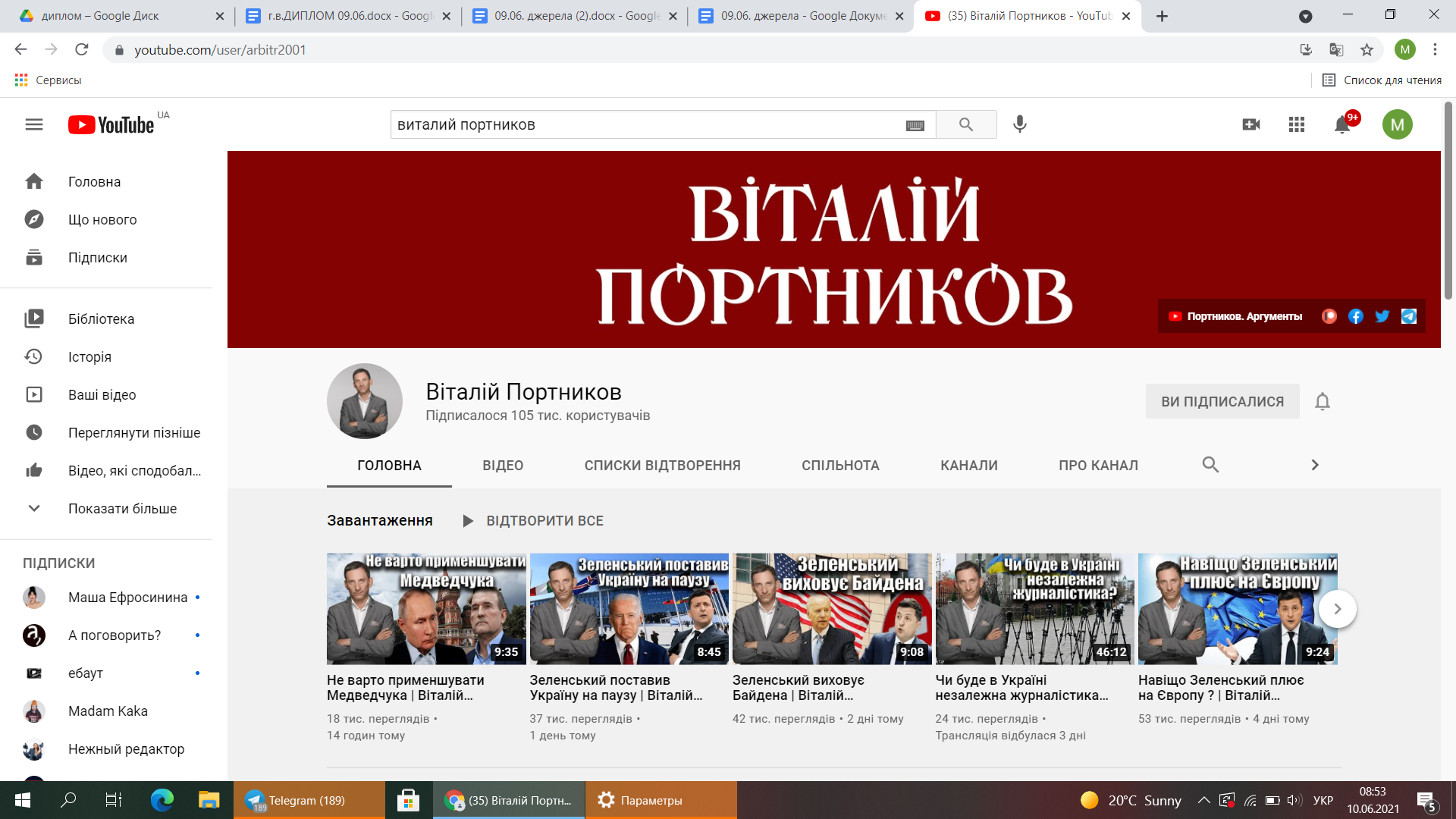
# ДОДАТОК Б

# YOUTUBE КАНАЛ «ТЕЛЕБАЧЕННЯ ТОРОНТО»

****

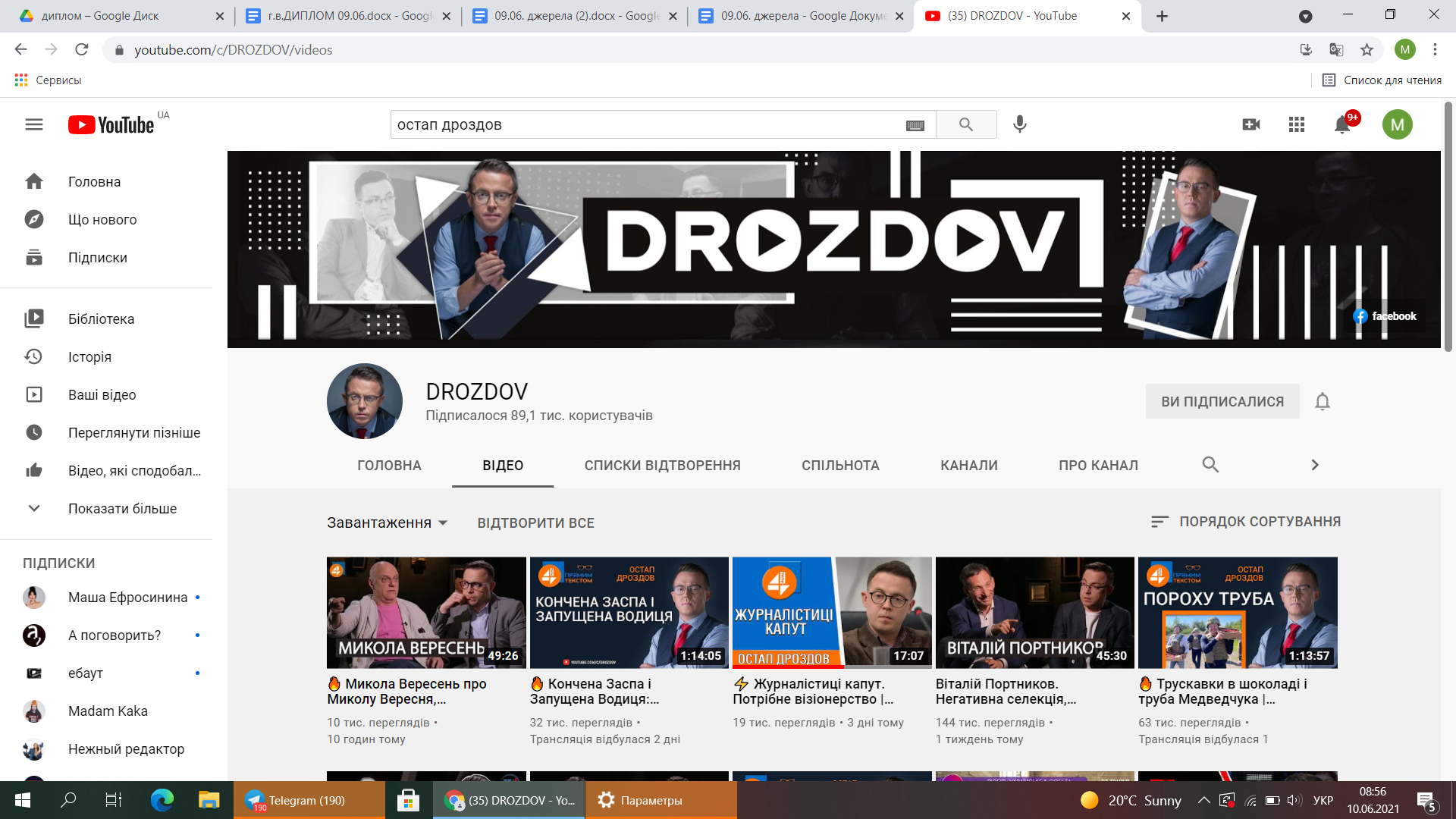
# ДОДАТОК В

# YOUTUBE КАНАЛ ВІТАЛІЯ ПОРТНИКОВА



# ДОДАТОК Г

# YOUTUBE КАНАЛ ОСТАПА ДРОЗДОВА

****

**Декларація академічної доброчесності здобувача**

**освітнього ступеня бакалавр ЗНУ**

Я, Мельнікова Маргарита Юріївна, здобувач(-ка) освіти 4 курсу, спеціальності /освітньо-професійної програми 061 журналістика / видавнича справа та редагування, групи К 61-17, адреса електронної пошти [margom731@gmail.com](mailto:margom731@gmail.com) підтверджую, що написана мною дипломна робота на тему: «ДОТРИМАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ НОРМИ В УКРАЇНСЬКІЙ БЛОГОСФЕРІ ПЕРІОДУ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомлена;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

- згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності в будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата 10.06.2021 Підпис \_\_\_\_\_\_\_\_\_ ПІБ (студент) Мельнікова М. Ю.

Дата 10.06.2021 Підпис  ПІБ (науковий керівник) Тяпкіна Н. І.