

БЛОГЕРСТВО В СИСТЕМІ СУЧАСНОГО МЕДІАПРОСТОРУ

О. В. Бабчук, В. Ю. Василенко

Анотація. У статті проаналізовано роль блогерства у формуванні сучасного медіапростору. Розкрито особливості блогінгу як форми цифрової комунікації та визначено його вплив на інформаційні процеси, громадську думку та поведінку аудиторії. Окреслено ключові переваги блогерського контенту. Звернено увагу на ризики, пов'язані з поширенням недостовірної інформації, відсутністю регуляції та можливістю маніпуляції. Наголошено на значенні блогінгу як чинника розвитку медіакультури та формування альтернативних каналів комунікації.

Ключові слова: блогерство, медіапростір, соціальні мережі, масова інформація.

Вступ. Цифровізація суттєво змінила сучасний медіапростір, а блогерство стало важливим механізмом впливу на громадські настрої та інформаційні потоки. Блоги й соціальні мережі забезпечують швидкість поширення інформації, інтерактивність і формування нових спільнот, часто виступають альтернативою традиційним медіа.

Дослідження показують, як позитивний вплив блогерства на обізнаність аудиторії, так і ризики поширення недостовірного контенту та маніпуляцій. Однак багато аспектів впливу блогерства на формування громадської думки, взаємодії з аудиторією залишаються недостатньо вивченими.

Мета статті – проаналізувати роль блогерства у сучасному медіапросторі та визначити його вплив на інформаційні процеси й соціальні взаємодії.

Основна частина. Сучасний медіапростір містить у собі не лише традиційні медіа у вигляді газет, телебачення та радіо, а й онлайн-медіа, стрімінгові платформи, соціальні мережі та персональні медіа, серед яких блогерство, подкасти, та інший користувацький контент. Конкретне визначення терміну медіапростір дав Роберт Стулс: «...Це електронне оточення, в якому окремі люди або їхні групи та інші спільноти можуть діяти разом в один і той самий час. У цьому просторі вони можуть створювати візуальне та звукове середовище, що впливає на реальний простір» [1].

Блогерство має значний вплив на формування та розвиток теперішнього медіапростору. Блог (англ. blog, від «web – павутина», «log – журнал») – це вебсайт, де регулярно публікуються мультимедіа. Тлумачний словник описує термін, як публічний, мережевий журнал подій, який передбачає сторонніх читачів [2].

К. Дрогозюк у своїй праці «Проблематика правового регулювання діяльності блогів в Україні» називає такі ознаки блогу:

- 1) публічність та доступність для населення;
- 2) інформаційна спрямованість, так як блог має конкретну мету, користь для аудиторії;
- 3) відсутність модерації, окрім автора блогу або його помічників, ніхто не регулює контент;
- 4) колективне формування змісту через розміщення коментарів [3].

Наведені ознаки характеризують блог та вказують на його унікальність у медіапросторі. Зокрема у дослідженні «Сучасний блогерський медіапростір» Т. Гуменюк поділяє блоги на 4 види:

1. Зірки. Актори, співаки, спортсмени ведуть свої блоги з метою поширення своєї популярності та залучення більшої кількості аудиторії. Вони публікують анонси нових альбомів, виступів.

2. Експерти. Професіонали своєї справи діляться власними знаннями та досвідом, заради освітньої мети. Експерти можуть створювати онлайн-курси. Юристи, лікарі, вчителі та професіонали різних галузей рекламують свої послуги через блог, привертаючи увагу потенційних клієнтів.

3. Лайфстайл-блогери – це люди, які публікують особисті фото та відео, транслуючи своє життя, вподобання, інтереси, думки. Вони не є експертами, але можуть поширювати інформацію на основі власного досвіду.

4. Бізнесмени – блогери, які продають власну продукцію чи послуги. Для них блог – це онлайн-магазин, завдяки якому можна знайти покупців, та розвивати свій бренд [4].

Це досить відносний поділ, адже експерти, окрім навчальної мети, можуть показувати своє особисте життя, зірки можуть розвивати та продавати продукцію свого бренду через блог. Блогери можуть бути універсальними, комбінувати та змінювати засоби створення контенту, адже як пише С. Дацюк у статті для «Української правди»: «Блог дозволяє будь-кому спробувати свої сили у якості вільного автора». Блогером може бути кожен охочий, так як чітких рамок для автора немає [5].

В українському законодавстві термін «блогер» залишається невизначеним, хоч у суспільстві блогерство вже називають професією, зазначає медіаюрист Інституту масової інформації Р. Головенко [6]. Досить важко зрозуміти, коли звичайний користувач починає мати вплив на аудиторію, тому правові можливості блогера подібні до можливостей пересічного громадянина – вони мають «право на свободу думки й слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань».

Українські закони не прирівнюють блогера до професійного журналіста. Однак блогер може зареєструватись, тоді він буде вважатись повноправним медіа, про що говорить частина третя статті 16 Закону «Про медіа»: «Особа, яка регулярно поширює масову інформацію під своїм редакційним контролем через власні облікові записи на платформах спільного доступу до інформації, не є суб'єктом у сфері онлайн-медіа, крім випадків, якщо така особа добровільно зареєструється як суб'єкт у сфері онлайн-медіа» [7]. Як зазначає авторка інтернет-видання «Детектор медіа» Н. Данькова, наразі Нацрада реєструє як онлайн-медіа суб'єктів, які поширюють контент не тільки на традиційних сайтах, але на різноманітних платформах, таких як YouTube, Instagram, Telegram і так далі, якщо того бажає автор контенту [8].

Ю. Половинчак у своїй праці «Особливості функціонування української блогосфери» описала головні риси блогерства, серед них: відсутність чітких політичних, державних, економічних, соціальних і вікових обмежень, глобальність, демократизм [9]. Так як блогерство не регламентується суворими правилами, блоги мають можливість здійснювати масову комунікацію, яка дозволяє різні стилі, теми спілкування та свободу слова. Автори блогів можуть вільно говорити про свою політичну позицію. Ще більшу свободу дає відсутність контролю з боку держави, тому блогери не бояться чітко висловлюватись.

Важливою ознакою блогу є оперативність. Часто блогери публікують контент швидше, ніж традиційні видання, так як необмежені редакційними вимогами. Відповідно інформація буде актуальною, а реакція аудиторії та поширення в маси людей буде швидким.

Блоги – це завжди суб'єктивність. Головна редакторка онлайн-медіа «0629.com.ua» та членкиня КЖЕ Анна Мурликіна говорить, що в той час як професійна журналістика подає лише факти, щоб суспільство аналізувало та робило висновки самостійно, блогери додають до фактів свою думку, показуючи свою позицію. Люди втомились аналізувати ту чи іншу новину, їм легше проаналізувати чиюсь точку зору стосовно якогось факту, а потім погодитись з нею чи не погодитись [10]. Аудиторію приманює харизма та стиль мовлення блогера, зручний та легкий формат подачі інформації. Людина споживає контент блогера, так як він не такий складний, містить простіші формулювання, а інколи навіть гумор, що покращує та пришвидшує сприйняття інформації. Якщо блогер розуміється у темі і може поділитись знаннями та розповісти про досвід, це допоможе споживанню новин аудиторією. Думка автора може відрізнятись від думки підписників, що у свою чергу може наштовхнути їх на роздуми про альтернативні точки зору та розвинути критичне мислення.

Блог містить взаємодію з аудиторією, яка позитивно впливає на рівень довіри суспільства. Блогер може відповідати на коментарі, дослухатись до критики та бажань підписників. Здається, що автор блогу це проста людина, така ж як його читач; йому близькі ті ж самі проблеми, він розуміє усе, так як знаходиться «в середині» ситуації.

Блогери зазвичай створюють контент на теми, які їх цікавлять або в яких вони є експертами. Люди, які поділяють ці інтереси, природно тягнуться до таких блогерів і стають частиною їхньої аудиторії. Так формується спільнота однодумців.

Однак, споживаючи блогерський контент, людина, окрім переваг, може зіткнутись з численними ризиками. Заради оперативності блогери нерідко жертвують правдивістю й точністю інформації, адже перед публікацією необхідно здійснити перевірку та обробку фактів, що займає певний відсоток часу перед поширенням. Автори контенту не хочуть втрачати статус найшвидших, тому публікують інформацію без належної перевірки.

Головна редакторка видання «The Village Україна» І. Виговська пише про те, що американські соціологи Річард Вол і Дональд Гортон говорять, що люди схильні до парасоціальних стосунків, коли людина уважно стежить за медійними особами, згодом вбачаючи у них схожість за позицією та думками на неї саму [11]. Тоді автор блогу сприймається як близька людина, наставник, якого потрібно слухати, адже він не помиляється. Окрім висловлення власних думок, блогери також можуть надавати публікаціям емоційності, яка може впливати на сприйняття фактів аудиторією. Суб'єктивність та емоційність може призвести до викривлення інформації. Тож підписники мають завжди відокремлювати факти від коментарів та емоцій блогерів, інакше можна з легкістю піддатись свідомим чи несвідомим маніпуляціям.

Через те, що блогер – окремий індивідуум, як усі люди, він не несе відповідальності за сказане, звісно, якщо він не закликає до насилля, дискримінації чи зміни конституційного ладу. К. Дрогозюк пише про те, що кожна людина, в тому числі неповнолітня чи малолітня, може вести блог, оскільки не потрібно мати жодних юридичних оформлень та державних дозволів на ведення блогерської діяльності [3]. Тому варто бути обережним під час споживання контенту з блогів та завжди перевіряти інформацію на достовірність.

З огляду на переваги та ризики споживання контенту блогерів, стає очевидною потреба в правовому регулюванні такого роду діяльності. Однак на сьогоднішній день законодавство України не охоплює блогерство, що створює правові прогалини в забезпеченні захисту як для авторів контенту, так і для його споживачів. У Законі України «Про доступ до публічної інформації» йдеться про те, що «будь-яка особа може вільно копіювати, публікувати, поширювати, використовувати, у тому числі в комерційних цілях, у поєднанні з іншою інформацією або шляхом включення до складу власного продукту, публічну інформацію у формі відкритих даних з обов'язковим посиланням на джерело отримання такої інформації» [12]. З огляду на це, блогер може вільно поширювати інформацію й не нести за неї відповідальність.

Тож одним із небагатьох методів регулювання блогерської діяльності є політика платформ, де блогери поширюють контент. Н. Данькова пояснює, що на практиці платформи неохоче реагують на звернення українського регулятора. За словами члена Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення О. Бурмагіна, був лише один випадок, коли YouTube відреагував на поширення дезінформації на платформі, а всі інші випадки залишилися без відповіді [8]. Ігнорування запитів відбувається через те, що власники найпопулярніших майданчиків, якими користуються блогери у всьому світі, не є юридичними особами України. Проте варто зазначити, що від початку повномасштабного вторгнення росії в Україну, як показує моніторинг Інституту масової інформації, Facebook, Youtube, Instagram блокує контент як блогерів, так і українських медіа про війну нібито через правила спільноти [13].

Одним із методів, який став досить поширеним та результативним у період цифровізації, є «культура скасування» (англ. cancel culture). «Культура скасування» – це явище, яке полягає в колективному засудженні медійних суб'єктів за образливі та неприйнятні для суспільства висловлювання та дії. Можливий також заклик усунення з медіапростору чи посади та відмова від контенту, продукції чи послуги суб'єкта. Застосовувати такі методи може суспільство. Такий спосіб часто дає потрібні результати, оскільки без аудиторії блогер втрачає вплив, що згодом може призвести до негативних наслідків для його діяльності. Однак цей метод може бути небезпечним та несправедливим, оскільки часто не передбачає аналізу ситуації та перевірки фактів.

Незважаючи на те, що немає закону, який напряду регулює діяльність блогерів, контролювати їх роботу все ж можливо. К. Дрогозюк говорить, що блогера можна притягнути до

відповідальності, якщо прирівнювати його до пересічного громадянина [3]. Рекламу у блозі може регулювати Закон України «Про рекламу», а також Закон України «Про забезпечення функціонування української мови як державної». Серед блогерів також можливе копіювання та поширення контенту без згадки автора, що суперечить Закону України «Про авторське право і суміжні права». Варто не забувати й про те, що блогер може розвивати свій бізнес, продавати продукцію та послуги, тому він обов'язково має зареєструватись як юридична особа чи ФОП. Важливо пам'ятати, що блогерство є багатограним, воно поєднує в собі багато аспектів життя, на які нам варто звертати увагу для забезпечення правосуддя та справедливості.

Висновки. Блогерство стало однією з провідних форм цифрової комунікації та зайняло вагоме місце у структурі сучасного медіапростору. Воно забезпечує швидке поширення інформації, формування спільнот за інтересами, участь аудиторії у взаємодії з контентом і створює нові можливості для самовираження та суспільного впливу. Завдяки персоналізованій подачі матеріалів, блогери перетворюються на авторитетних комунікаторів та лідерів думок.

Разом із тим активний розвиток блогосфери супроводжується низкою викликів: відсутністю механізмів контролю достовірності, етичних стандартів і єдиних правових норм. Це зумовлює необхідність підвищення рівня медіаграмотності аудиторії та формування відповідального підходу до створення контенту.

Блогерство не лише відображає соціальні процеси, а й здатне їх ініціювати та впливати на суспільні настрої. У перспективі блогінг продовжуватиме інтегруватися в медіапростір, створювати нові формати взаємодії між автором і аудиторією. Подальше дослідження цього явища є доцільним у контексті розвитку цифрового суспільства, етики комунікації та трансформації інформаційного середовища.

Abstract. The article analyzes the role of blogging in shaping the modern media space. The features of blogging as a form of digital communication are revealed, and its influence on information processes, public opinion, and audience behavior is defined. The key advantages of blog content are outlined. Attention is drawn to the risks associated with the spread of unreliable information, lack of regulation, and the possibility of manipulation. The significance of blogging as a factor in the development of media culture and the formation of alternative channels of communication is emphasized.

Keywords: blogging, media space, social networks, mass information.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Stults R. B Media Space Xerox PARC Technical Report. Palo Alto, California, 1986. 25 с. URL: <https://people.cs.vt.edu/srh/Downloads/Media%20Space%20Report.pdf>.
2. Тлумачний словник української мови. *СловникUA*. URL: <https://slovnyk.ua/index.php?swrd=%D0%91%D0%BB%D0%BE%D0%B3> (дата звернення: 02.10.2025).
3. Дрогозюк К. Проблематика правового регулювання діяльності блогів в Україні. *Юридичний науковий електронний журнал*. 2024. № 2. С. 252–256. URL: http://lsej.org.ua/2_2024/62.pdf (дата звернення: 02.10.2025).
4. Гуменюк Т. Сучасний блогерський медіапростір. *Актуальні питання українського інформаційного простору*. 2022. Вип. 9. С. 58–68. URL: <http://ukrinfospace.knukim.edu.ua/article/view/257083/254010> (дата звернення: 02.10.2025).
5. Дацюк С. Сучасні блоги та блогери. *Українська правда*. 2017. URL: <https://blogs.pravda.com.ua/authors/datsuk/58d0f539e0fdb/> (дата звернення: 02.10.2025).
6. Головенко Р. Правовий статус блогерів в Україні: аналіз ІМІ. *Інститут масової інформації*. 2023. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/pravovyj-status-bloggeriv-v-ukrayini-analiz-imi-i53699> (дата звернення: 02.10.2025).
7. Закон України Про медіа від 2023 р., № 47–50. *Офіційний вебпортал парламенту України*. 16 с. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text> (дата звернення: 02.10.2025).
8. Данькова Н. Критерії визначення онлайн-медіа: чому їх досі ніхто не розробив. *Детектор медіа*. URL: <https://detector.media/rinok/article/233966/2024-10-28-kryterii-vyznachennya-onlayn-media-chomu-ikh-dosi-nikhto-ne-rozrobyv/> (дата звернення: 02.10.2025).
9. Половинчак Ю. Особливості функціонування української блогосфери. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*. 2015. Вип. 42. С. 99–102. URL: <https://seanewdim.com/wp-content/uploads/2021/02/Polovynchak-Y.-Features-of-functioning-of-Ukrainian-blogsphere.pdf> (дата звернення: 02.10.2025).
10. Мурикіна А. Чому журналістика програє блогерству та що з цим робити. *Детектор медіа*. URL: <https://detector.media/production/article/231471/2024-08-29-chomu-zhurnalistyka-prograie-bloggerstvu-ta-shcho-z-tsym-robyty/> (дата звернення: 02.10.2025).
11. Виговська І. Знімають роботу ППО, але мають більше підписників, ніж медіа. Як правильно стежити за блогерами. *The Village Україна*. URL: <https://www.village.com.ua/village/life/mediahramotnist/342255-yak-pravilno-stezhiti-za-blogerami> (дата звернення: 02.10.2025).

12. Закон України Про доступ до публічної інформації від 2011 р., № 32. *Офіційний вебпортал парламенту України*. 16 с. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text> (дата звернення: 02.10.2025).

13. ІМІ зафіксував чотири основні тенденції, що стосуються діяльності блогерів в Україні, – Барометр блогосфери. *Інститут масової інформації*. 2023. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/imi-zafiksuvav-chotyry-osnovni-tendentsiyi-shho-stosuyutsya-diyalnosti-blogeriv-v-ukrayini-barometr-i53845> (дата звернення: 02.10.2025).

УДК 070.4:316.774(477)

АДАПТАЦІЯ ЖАНРУ ЖУРНАЛІСТСЬКОГО РОЗСЛІДУВАННЯ ДО СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ: ДОСВІД «УКРАЇНСЬКОЇ ПРАВДИ»

К. Є. Сітневська, В. Ю. Василенко

Анотація. У статті досліджено трансформацію жанру журналістських розслідувань в Україні в умовах воєнного стану та цифровізації. Предметом аналізу є тематичний фокус і методи роботи журналістів-розслідувачів, зокрема на прикладі матеріалів онлайн-видання «Українська правда». Використано методи контент-аналізу, порівняння та узагальнення. Встановлено, що традиційні практики (робота з джерелами, спостереження) поєднуються з інноваційними інструментами, зокрема аналізом соціальних мереж та відкритих баз даних. Результати свідчать про збереження фундаментальних принципів об'єктивності та точності під час адаптації жанру до сучасних суспільних викликів.

Ключові слова: журналістські розслідування, цифровізація, адаптація жанру, соціальні мережі.

Вступ. В Україні за умов воєнного стану і постійних соціальних змін та викликів журналістські розслідування є основним інструментом інформування громадськості про актуальні проблеми та злочини, які замовчуються або ж приховуються. Такі матеріали відіграють важливу роль у викритті зловживань владою, порушень людських прав та конституційних законів, корупції та інших гострих суспільних проблем.

Тема журналістських розслідувань неодноразово розглядалась у працях таких вітчизняних дослідників, як М. Нетреба, Л. Василика, А. Яковець, О. Ящук. Специфіка та жанрові особливості журналістських розслідувань досліджувались О. Глушко, Н. Нікітіною. М. Василенко оцінював вплив воєнного стану на сам процес розслідування. Тенденції розвитку сучасного журналістського розслідування в контексті розвитку нових медіа розглядали Л. Зубенко та Л. Темченко [1]. Зарубіжні дослідники також активно аналізували тему журналістських розслідувань, наприклад, Ів Аньєс [2], Марк Лі Хантер [3], колектив Bellingscat, Елізабет Давід-Барретт [4], Слободан Томіч [4].

Проте щоб дослідити адаптацію журналістики, зокрема розслідувань, до сучасних викликів, наприклад, цифровізації, інформаційної війни та зростання конкуренції між медіа, варто провести більш детальний аналіз. Насамперед варто дослідити тематичне наповнення і розглядати цей аспект не лише крізь призму авторів та їх зацікавленість у тій чи іншій сфері, а й з точки зору аудиторії, аналізуючи суспільний інтерес. Вивчення методів, які використовують у своїй роботі журналісти-розслідувачі, допоможе оцінити ефективність інноваційних підходів та практик для збору й перевірки інформації, і окреслити їх вплив на якість та достовірність розслідувань.

Основна частина. Активна цифровізація приводить до змін споживацьких уподобань та способів отримання інформації. Провідні українські медіа, які раніше на просторах інтернету були лише вебверсіями друкованих примірників, зараз обирають інші формати, завдяки яким можуть поєднувати інтерактивність, мультимедійність і водночас відповідати запиту аудиторії. Зважаючи на це, стає помітним той факт, що журналістика України зазнає модифікації творчих методів і підходів. У своєму дослідженні Л. Василик стверджувала, що зараз медіа-індустрія невпинно змінюється, а перед лідерами традиційної комунікації постають нові виклики [5, с. 2].

Трансформація діяльності журналістів безпосередньо вплинула на особливості жанру. Журналістські розслідування, які вчені розглядають як метод і жанр, зазнали інноваційних змін. Сутність журналістського розслідування полягає у зборі, перевірці та систематизації ін-