

**ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА
ПІДПРИЄМНИЦТВА
КАФЕДРА ДОКУМЕНТОЗНАВСТВА ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

на тему: **«ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БЛОГІНГУ В ДОКУМЕНТНО-
ІНФОРМАЦІЙНІЙ КОМУНІКАЦІЇ»**

на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа
(код, найменування спеціальності)освітньо-професійної програми Управління інформаційно-комунікаційною
діяльністю(назва)

*Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень.
Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання
на відповідне джерело*

Іван ЧУРАКОВ

Виконав: здобувач вищої освіти
гр. ДЗДМ-61
Іван ЧУРАКОВ

Керівник: Леся КОВАЛЬСЬКА
д. і. н., професор

Рецензент: Ірина П'ЯТНИЦЬКОВА
к. і. н., доцент

Київ 2024

**ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
Навчально-науковий інститут менеджменту та підприємництва**

Кафедра документознавства та інформаційної діяльності

Ступінь вищої освіти Магістр

Спеціальність 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа

Освітньо-професійна програма Управління інформаційно-комунікаційною діяльністю

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри документознавства
та інформаційної діяльності

_____ Тетяна СИДОРЕНКО

« ____ » _____ 2024 р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

Чуракова Івана Миколайовича

1. Тема кваліфікаційної роботи: Перспективи розвитку блогінгу в документно-інформаційній комунікації керівник кваліфікаційної роботи Леся КОВАЛЬСЬКА доктор істор. наук, професор, професор кафедри документознавства та інформаційної діяльності, затверджені наказом Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій від «15» жовтня 2024 р. № 320.

2. Строк подання кваліфікаційної роботи «16» грудня 2024 р.

3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи:

Мета роботи – виявити перспективи розвитку блогінгу в документно-інформаційній в умовах інтернет-інформаційної діяльності..

Об'єктом дослідження виступає блогінг в документно-інформаційній комунікації.

Предмет дослідження становлять процеси становлення та особливості розвитку блогосфери і перспективи розвитку блогінгу в документно-інформаційній комунікації.

4. Перелік питань, які потрібно розробити:

1. Інтернет-інформаційна діяльність та специфіка документної комунікації.

2. Документно-інформаційна комунікація з врахуванням технологічних і соціокультурних змін.

3. Тенденції розвитку блогінгу та безпеки інформації.

5. Перелік ілюстративного матеріалу: презентація, 7 рисунків, 1 таблиця.

6. Дата видачі завдання «09» вересня 2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної магістерської роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітки
1	Визначення тематики, вибір наукового керівника, уточнення теми	09.09.2024	
2	Розробка та складання плану кваліфікаційної магістерської роботи	14.09.2024	
3	Підготовка 1 розділу	05.10.2024	
4	Підготовка 2 розділу	26.10.2024	
5	Підготовка 3 розділу	22.11.2024	
6	Висновки	30.11.2024	
7	Підготовка остаточного варіанту роботи	12.12.2024	
8	Написання відгуку науковим керівником	13.12.2024	
9	Оформлення та представлення роботи на кафедрі та перевірка на плагіат	15.12.2024	
10	Підготовка доповіді, презентації та ілюстративного матеріалу, зовнішня рецензія	19.12.2024	
11	Попередній захист	20.12.2024	
12	Основний захист кваліфікаційної магістерської роботи	23.01.2025	

Здобувач вищої освіти

Іван ЧУРАКОВ

Керівник
кваліфікаційної роботи

Леся КОВАЛЬСЬКА

РЕФЕРАТ

Текстова частина кваліфікаційної роботи на здобуття освітнього ступеня магістра: 79 стор., 7 рис., 1 табл., 65 джерело.

Мета роботи: виявити перспективи розвитку блогінгу в документно-інформаційній в умовах інтернет-інформаційної діяльності.

Об'єктом дослідження виступає блогінг в документно-інформаційній комунікації.

Предмет дослідження становлять процеси становлення та особливості розвитку блогосфери і перспективи розвитку блогінгу в документно-інформаційній комунікації.

Короткий зміст роботи: проаналізовано особливості документно-інформаційної комунікації в умовах активного розвитку інтернет середовища; досліджено процеси становлення та особливості розвитку блогосфери; виявлено особливості української блогосфери, визначено категоріальний апарат; надано характеристику основним функціям та встановлено значення блогів у розвитку блогосфери України; розкрито специфіку блогу як засобу документування інформації; визначено напрями та перспективи розвитку блогінгу в документно-інформаційній комунікації.

Ключові слова: блогінг, документно-інформаційна комунікація, інтернет-інформаційна діяльність, безпека інформації, війна.

ABSTRACT

The textual part of the qualifying work for obtaining a master's degree: 79 pages, 7 figures, 1 tables, 65 sources.

The purpose of the work: to reveal the prospects for the development of blogging in the document and information in the conditions of Internet information activities.

The object of the research is blogging in document and information communication

The subject of the research is the processes of formation and features of the development of the blogosphere and the prospects for the development of blogging in document and information communication.

Brief content of the work: the peculiarities of document and information communication in the conditions of active development of the Internet environment are analyzed; the formation processes and features of the development of the blogosphere were investigated; the peculiarities of the Ukrainian blogosphere are revealed, the categorical apparatus is defined; the main functions are characterized and the importance of blogs in the development of the Ukrainian blogosphere is established; the specificity of the blog as a means of documenting information is revealed; directions and prospects for the development of blogging in document and information communication are determined.

Keywords: blogging, document and information communication, Internet information activity, information security, war.

**ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
Навчально-науковий інститут менеджменту та підприємництва**

**ПОДАННЯ
ГОЛОВІ ЕКЗАМЕНАЦІЙНОЇ КОМІСІЇ
ЩОДО ЗАХИСТУ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ
на здобуття освітнього ступеня магістра**

Направляється здобувачка Чураков І.М. до захисту кваліфікаційної роботи за спеціальністю 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа (код, найменування спеціальності) освітньо-професійної програми Управління інформаційно-комунікаційною діяльністю (назва) на тему: «Перспективи розвитку блогінгу в документно-інформаційній комунікації».

Кваліфікаційна робота і рецензія додаються.

Директор ННІМП _____ Світлана ПЕТРОВСЬКА

Висновок керівника кваліфікаційної роботи

Здобувач Іван ЧУРАКОВ самостійно та відповідально підійшов до виконання кваліфікаційної роботи. Тема роботи своєчасно сформульована та затверджена на засіданні кафедри. Проблема кваліфікаційної роботи «Перспективи розвитку блогінгу в документно-інформаційній комунікації» відображає стан інформаційної галузі сьогодні та актуальну проблему забезпечення інформаційної блогінгової діяльності в умовах війни. Саме ці аспекти стали вагомими у розкритті проблеми та дозволили запропонувати заходи забезпечення інформаційної діяльності та вдосконалення безпекових заходів блогосфери. Календарний план підготовки кваліфікаційної роботи витримано, робота вчасно пройшла перевірку на плагіат. Магістерська робота відповідає вимогам, які висуваються до кваліфікаційних робіт та може бути рекомендована до захисту.

Керівник кваліфікаційної роботи _____ Леся КОВАЛЬСЬКА

« ____ » _____ 2024 року

Висновок кафедри про кваліфікаційну роботу

Кваліфікаційна робота розглянута на засідання кафедри документознавства та інформаційної діяльності. Здобувач Чураков І.М. допускається до захисту даної роботи в Екзаменаційній комісії.

Завідувач кафедрою документознавства
та інформаційної діяльності

Тетяна СИДОРЕНКО

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ I ІНТЕРНЕТ-ІНФОРМАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА СПЕЦИФІКА ДОКУМЕНТНОЇ КОМУНІКАЦІЇ.....	13
1.1 Особливості документно-інформаційної комунікації в умовах розвитку інтернет середовища.....	13
1.2 Різновиди інтернет-інформаційної діяльності та безпека інформації	18
РОЗДІЛ II ДОКУМЕНТНО-ІНФОРМАЦІЙНА КОМУНІКАЦІЯ З ВРАХУВАННЯМ ТЕХНОЛОГІЧНИХ І СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ЗМІН.....	28
2.1 Сутність та значення масової комунікації в інтернет-просторі	28
2.2 Особливості соціальних мереж як засобів масової комунікації	38
2.3 Блог як новітній інформаційний засіб масової комунікації	49
РОЗДІЛ III ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БЛОГІНГУ ТА БЕЗПЕКИ ІНФОРМАЦІЇ	56
3.1 Особливості розвитку і використання сучасної блогосфери	56
3.2 Використання блогу як засобу документно-інформаційної комунікації.....	60
3.3. Збереження масової інформації у контексті розвитку блогінгу	62
3.4 Інформаційна зброя в умовах розвитку українського суспільства.....	67
ВИСНОВКИ.....	75
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ	78

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Документно-інформаційна комунікація та інтернет діяльність сьогодні отримала найбільшу затребуваність та популярність серед усіх верств населення. Поясненням цьому є те, що в останні кілька десятиліть відбулося різке збільшення кількості користувачів інтернету. Ця висхідна тенденція супроводжувалася майже паралельним збільшенням процесу потокової передачі, яка є методом передачі даних, дозволяючи користувачам постійно обробляти дані у вигляді безперервного потоку інформації. Інтернет мережа сьогодні є ресурсом і знаряддям роботи для всіх, хто його використовує. Проте існують конфліктні питання щодо використання інтернету, які викликають суперечки і стають все більш складними в міру розвитку технологій. Серед цих питань виділяємо конфіденційність та свободу слова на просторах інтернету.

Свобода слова в мережі дозволяє людям охопити набагато ширшу аудиторію. В інтернет мережі активно розвиваються блоги, в яких люди висловлюють свої почуття, повідомляють зовнішньому світу про факти, які можуть цензуруватися в інших засобах інформаційно-комунікаційної діяльності. Актуальність блогінгу визначається швидким розвитком інформаційної діяльності та «громадянської» журналістики, яка викликала багато думок, міркувань, суперечок про функціонування блогів в сучасному інформаційному просторі. На тепер бачимо, що доволі популярним засобом документно-інформаційних комунікацій стали блоги. Кожен може заявити про себе в інтернет-просторі, а найнебезпечніше це відсутність відповідальності за чистоту контенту і потенційні наслідки такої інформаційної діяльності. Разом з тим, блоги дають великий простір для авторського самовираження і власне авторського розкриття теми. Це новий вид документування інформації, що вимагає спеціальних механізмів фіксації та збереження відомостей.

Мета роботи – виявити перспективи розвитку блогінгу в документно-інформаційній в умовах інтернет-інформаційної діяльності.

Досягнення поставленої мети полягає у послідовному розв’язанні таких **завдань**:

- проаналізувати особливості документно-інформаційної комунікації в умовах активного розвитку інтернет середовища;
- простежити процеси становлення та особливості розвитку блогосфери;
- виявити особливості української блогосфери, встановити категоріальний апарат;
- охарактеризувати основні функції та значення блогів у розвитку блогінгу;
- розкрити специфіку блогу як засобу документування інформації;
- визначити напрями та перспективи розвитку блогінгу в документно-інформаційній комунікації.

Об’єктом дослідження виступає блогінг в документно-інформаційній комунікації.

Предмет дослідження становлять процеси становлення та особливості розвитку блогосфери і перспективи розвитку блогінгу в документно-інформаційній комунікації.

Стан наукової розробки теми. Особливості розвитку інформаційно-комунікаційного середовища стають предметом наукових досліджень в умовах швидкого розвитку технологій та впровадження у інформаційний простір штучного інтелекту. Серед сучасних дослідників варто виокремити таких науковців, які вивчають блоги та блогінг, як К. Боярова, О. Власова, А. Досенко, С. Демченко, К. Лученко, К. Левченко й багато інших науковців у галузі соціальних комунікацій. Тема блогінгу активно досліджується у межах різних дисциплін, таких як комунікації, соціологія, маркетинг, журналістика та інформаційні технології. З-поміж відомих зарубіжних дослідників, які зробили внесок у вивчення блогінгу, можна назвати Г. Дженкінса (*Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, 2006),

який вивчає цифрові платформи, включаючи блоги, що впливають на створення контенту, взаємодію користувачів та розвиток культури конвергенції. Р. Блад (*The Weblog Handbook: Practical Advice on Creating and Maintaining Your Blog*, 2002) є однією з піонерок у дослідженні блогінгу. Її робота фокусується на розвитку блогів як засобу особистої комунікації та джерела інформації. Дослідження М. Мехрлайб зосереджують увагу на вивченні корпоративного блогінгу і його вплив на побудову довіри до брендів. Авторка робить фокус на бізнес-блогах та їхній ролі у стратегічній комунікації. Д. Бойд (*It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*, 2014) досліджує блоги як інструмент соціальної взаємодії, особливо серед молоді, а також їх вплив на ідентичність та приватність. Роль блогів і соціальних медіа в громадській думці, особливо щодо конфліктних ситуацій та кризової комунікації аналізує К. Шнайдер (*Policing and Social Media: Social Control in an Era of New Media*, 2016). Українська дослідниця Яна Червінська, вивчає феномен блогінгу у контексті документно-інформаційних комунікацій. Її статті публікуються в журналах з інформаційних технологій та комунікацій. Є. Морозов (*The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom*, 2011) розглядає блоги у контексті їхнього впливу на політику, цензуру та демократію. Дослідження, присвячені еволюції блогів у науковій комунікації проводить А. Веккіо, розкриваючи роль блогів у популяризації науки та підтримці відкритого доступу до знань. Блоги як частину платформи соціальних медіа і їхню роль у формуванні громадських дискурсів досліджує Т. Гіллеспі (*Platforms and the Public: The Social Media Logic of YouTube and Beyond*). Загалом, тема блогінгу та розвитку блогосфери на сьогодні нова та перебуває у стадії оформлення і на стику наукових галузей. Наукові праці доступні у базах даних Scopus, Web of Science, Google Scholar, та українських репозитаріях, зокрема на платформах НБУ ім. Вернадського чи Електронного архіву наукових публікацій університетів. Окремі аспекти розвитку блогінгу публікують фахівці-практики на сторінках науково-практичних журналів, присвячених інформаційним комунікаціям.

Джерельна база дослідження. Положення магістерського дослідження ґрунтуються Джерела вивчення блогінгу можна класифікувати за кількома напрямками залежно від їхнього походження, типу інформації та методу подачі. До їх переліку варто внести такі види джерел: *законодавчі та нормативні документи* (правила, що регулюють блогінг, наприклад, щодо авторського права, захисту даних або реклами; політики платформ умови користування платформами для блогінгу); *наукові дослідження* окремих аспектів блогінгу, створені науковцями та дослідниками для глибокого аналізу теми блогінгу (монографії, статті в наукових журналах, дисертації та кваліфікаційні роботи; матеріали конференції; *соціологічні дослідження* у вигляді опитувань, інтерв'ю, фокус-групи, які розкривають поведінку користувачів блогів та їх вплив на аудиторію; *статистичні дані* у вигляді звітів аналітичних компаній (Statista, Pew Research Center, які досліджують використання блогів у різних країнах, поведінку користувачів; рейтинги платформ для блогінгу, для вивчення популярності платформ (WordPress, Medium, Blogger тощо) та їхні тренди; *публіцистика та професійні книги*, створені практиками, які діляться власним досвідом ведення блогів, їхнього впливу та монетизації (книги з тематики цифрового маркетингу); *інтернет-ресурси: блоги про блогінг* (метаблоги, які досліджують та висвітлюють технічні аспекти створення, просування і монетизації блогів (ProBlogger, Moz Blog); онлайн-курси та гайди, освітні ресурси, такі як Coursera, Udemy, або блоги, які вчать створювати та розвивати блоги; *соціальні медіа та мультимедійні джерела* (соціальні мережі для вивчення впливу інтеграції блогів з платформами, такими як Instagram, TikTok, Facebook; подкасти багато відомих блогерів ведуть подкасти, де обговорюють тренди та інструменти блогінгу; відеоконтент у мережі YouTube-канали, присвячені блогінгу); *корпоративні та маркетингові дослідження* від компаній (HubSpot, Hootsuite публікують звіти про ефективність блогінгу в маркетингових кампаніях) та корпоративні блоги – організації використовують блоги для аналізу ринку, трендів і залучення клієнтів. Такий

перелік джерел дозволяє всебічно вивчати феномен блогінгу, враховуючи його соціокультурні, технічні, економічні та інформаційні аспекти.

Методи дослідження. У процесі дослідження сформульованої мети та вирішення завдань запропонованих у роботі, використано комплекс методів. На різних етапах дослідження під час вирішення поставлених завдань використано аналітичний метод роботи з джерелами інформації та проведення всебічного аналізу проблеми. Методи пошуку і систематизації наукової інформації використано у процесі визначення стану розробленості наукової проблеми, а документальний метод дозволив осмислити залучені документи як підтвердження подій і явищ. Порівняльний метод дозволив простежити категоріальний апарат в історичній ретроспективі та сучасних його проявах, виявляючи тенденції та особливості розвитку. Системний метод застосовано у вивченні специфіки функціонування та протидії об'єкта дослідження, що дозволило сформулювати цілісне бачення проблеми та системність в узагальненні проблем і шляхів їх вирішення. Запропонований методологічний комплекс дозволив розглянути об'єктно-предметну складову більш детально, дослідити її інструментарій та особливості використання на практиці, ознайомитись із ситуацією в інформаційно-комунікаційному просторі України та запропонувати перспективні напрями дослідження у інформаційній сфері.

Наукова новизна полягає у розкритті механізмів побудови ефективних стратегій розвитку блогінгу та встановлення документно-інформаційної цінності блогу. Відзначено особистісні характеристики блогера як автора контенту, які впливають на ефективність блогерства. Здійснено порівняльний аналіз соціальних мереж як платформ для ведення блогів і майданчиків для заробітку. З'ясовано дієві способи популяризації блога, збільшення кількості підписників і шляхи взаємодії з аудиторією. Блогінг розкрито як явище документування інформаційних явищ та розвитку бізнес-можливостей, окреслено основні наслідки активного поширення цього явища в Україні.

Практичне значення полягає в використанні можливостей блогінгу в діяльності відділів інформаційного забезпечення та зв'язків з громадськістю установ, відділів маркетингу та продажів, а також при підготовці лекцій і спецкурсів із блогерства, іміджології, інтернет-маркетингу тощо.

Структура кваліфікаційної магістерської роботи визначена метою і завданням та складається із вступу, трьох розділів, дев'яти підрозділів, висновків, списку використаних посилань. Перелік посилань включає 65 найменувань. Робота викладена на 79 сторінках друкованого тексту, основна частина якої становить 73 сторінки.

РОЗДІЛ І

ІНТЕРНЕТ-ІНФОРМАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА СПЕЦИФІКА ДОКУМЕНТНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

1.1 Особливості документно-інформаційної комунікації в умовах розвитку інтернет середовища

Проблема розвитку блогінгу в сучасній документно-інформаційній комунікації демонструє помітний інтерес дослідників до різних аспектів блогінгу як інструменту інформаційного обміну, самовираження та взаємодії у цифровому середовищі. У цьому напрямі можна виділити кілька ключових аспектів, які є актуальними предметом досліджень.

Блогінг розглядається сьогодні як активний засіб комунікації. У сучасних умовах віртуалізації інформаційного простору блоги розглядаються як потужний інструмент документно-інформаційної комунікації, що сприяє обміну знаннями, ідеями та досвідом. Вони стають альтернативою традиційним медіа, забезпечуючи більш особистісний і доступний формат спілкування. Особливий інтерес у користувачів викликає використання блогів у професійних та академічних середовищах, наприклад, для популяризації науки, комунікації з громадськістю чи формування бренду.

Особливим напрямом розвитку досліджень є технологічні аспекти блогінгу. Технологічний прогрес значно розширив функціональність платформ для блогінгу. Науковці аналізують вплив штучного інтелекту, SEO-оптимізації, алгоритмів персоналізації та мультимедійного контенту на ефективність блогів як інформаційних каналів.

Інформаційна безпека та етика інформаційної діяльності в умовах технологізації суспільства становить окрему проблему вивчення. У цьому напрямі актуалізується важливість захисту персональних даних, питання авторських прав, достовірності інформації та відповідальності за поширення фейкових новин через блоги.

Соціокультурний вплив блогінгу, як вагома складова розвитку суспільства, передбачає висвітлення впливу блогів на формування громадської думки, розвиток інформаційної культури та створення нових моделей взаємодії між людьми.

В умовах віртуалізації інформаційної діяльності та розвитку інтернет-маркетингу актуальності набуває проблема комерціалізація блогінгу. Потребують вивчення питання монетизації блогів, використання їх у маркетингу, PR і брендингу, а також розвиток блогосфери як бізнес-середовища.

У професійній діяльності блогінг сприяє налагодженню комунікації та взаємодії через обмін досвідом та впровадження новітніх технологічних досягнень. Вивчення використання блогів націлено на практику документування діяльності, професійного зростання та створення іміджу фахівця у сфері документно-інформаційних комунікацій.

Загалом можна визначити перелік актуальних напрямів подальших досліджень щодо використання блогів у стратегічній комунікації організацій; вплив візуального та інтерактивного контенту на ефективність комунікації; інтеграції блогів з іншими інформаційними платформами та соціальними мережами; роль блогів у кризовій комунікації та висвітленні глобальних викликів.

Наукове обґрунтування теми блогінгу в документно-інформаційній комунікації перебуває на стадії активного розвитку, охоплюючи як технологічні, так і соціокультурні аспекти. Тематика є міждисциплінарною, що дозволяє застосовувати до її вивчення різні методологічні підходи.

У міжнародному стандарті ISO 5127:2001 «Інформація та документація. Словник» визначення терміну документ подано у вигляді записаної інформації або матеріального об'єкта, що може використовуватись як одиниця в документаційній діяльності [12]. У цьому випадку документаційна діяльність розглядається як соціальний комунікаційно-інформаційний процес. У переліку законів України («Про інформацію», «Про бібліотеки і

бібліотечну справу», «Про обов'язковий примірник документів») документ трактовано як матеріальну форму одержання, зберігання, використання і поширення інформації, зафіксованої на папері, магнітній, кіно-, фотоплівці, оптичному диску або іншому носії.

Відповідно до національного стандарту України ДСТУ 2732:2023 «Діловодство й архівна справа. Терміни та визначення понять» документ – інформація, зафіксована на матеріальному носії, основною функцією якого є зберігати та передавати її в часі та просторі» [6].

Поняття «електронний документ» з'явилося в обігу користувачів у результаті активного впровадження комп'ютерної техніки для виготовлення документа та активного розвитку інформаційних технологій для забезпечення комунікації і передачі документної інформації. Воно виступає як самостійний об'єкт наукових дискусій і сьогодні, оскільки має багато варіацій трактування та підходів до визначення цього поняття. Електронний документ – це сукупність (електронних) даних, що можна ідентифікувати як певний номінал документа (наказ, акт, протокол тощо). Така ідентифікація здійснюється за наявності обов'язкових реквізитів та смислових аспектів змісту, що притаманні певному номіналу [17].

У Стандарті ДСТУ 2732:2023 «Діловодство й архівна справа. Терміни та визначення понять» запропоновано електронний документ трактувати як документ, який створюють і використовують тільки в межах комп'ютерної системи. Варто брати до уваги те, що вихідним є поняття документа зафіксоване у даному нормативному документі.

Окремий різновид електронного документа сьогодні набуває розповсюдження в умовах візуалізації даних та створення аудіовізуального контенту. Вебдокументи можуть бути представлені переліками записів, що у традиційній формі також вважаються документами, а в електронній формі їх часто називають базами даних. Іншою специфікою вебдокументів можна вважати на думку фахівців їхню тотожність вебсторінкам, а також те, що їх поділяють на статичні та / або динамічно змінювані. Проте, остання теза з

погляду документознавства є суперечливою, оскільки будь-яка зміна вебдокумента характеризує його вже як інший документ, що має вже інші реквізити (наприклад, дата документа – це дата зміни).

Загалом, вебсайт – це самостійна документально-інформаційна система, якій властиві більш широкі можливості ніж звичне документування інформації. Звісно, йому притаманні всі ознаки такої системи у класичному розумінні. З-поміж яких – наявність масиву документів, засобів інформаційного пошуку, техніко-технологічних засобів фіксування, зберігання та представлення інформації, що існує у вигляді організованої сукупності електронних документів та їхніх зв'язків.

Інформаційний ресурс вебсайтів можна розглядати як зібрання документів та інших даних, представлених в електронній формі, які цілеспрямовано взаємопов'язані між собою і виконують роль різновидових джерел інформації. Окрім документів, на таких ресурсах також містяться дані, що не мають структури документа, оскільки позбавлені необхідних реквізитів для їх класифікації як документів. Наприклад, це може бути фактографічна інформація для користувачів, дані для роботи із сайтом, виконання пошукових запитів тощо. Сучасний вебпортал можна визначити як сукупність вебсайтів, об'єднаних спільною тематикою, що відповідає їхньому цільовому призначенню та інформаційним потребам користувачів.

Питання остаточного узгодження трактування таких понять, як вебдокумент, вебресурси та вебсайт, з точки зору документознавства та інформатики залишається відкритим.

Інформаційний ресурс вебсайтів розглядається як сукупність електронних документів, системно взаємопов'язаних між собою і представлених як різновидові джерела інформації. Вони відображають виконання державних обов'язків органами виконавчої влади та розвиток українського суспільства, оприлюднюються через Інтернет і слугують для реалізації їх функцій.

Інтернет сьогодні став основним простором інформаційної діяльності, вирішальним фактором комунікації і трансляції інформації, місцем розвитку нових засобів зв'язку та взаємодії між людьми, що знаходяться по всій земній кулі, зламавши бар'єри відстані, часу та кордонів. Соціальні мережі та різні канали набули популярності серед молоді, так і дорослим, і це явище поширюється по всьому світу. Користувачі інформації в мережі інтернет беруть активну участь у комунікації, отримують та обмінюються повідомленнями, використовуючи той чи інший канал онлайн-спілкування.

Блогінг як простір для публікування контенту та блоги як мережевий журнал або щоденник подій, стали невід'ємною частиною сучасного медіа-середовища та суспільства їх кількість та вплив у соціальній комунікації та звичайному житті постійно збільшується.

На сьогоднішній день, блоги розглядаються як нове комунікативне середовище, засіб документування та поширення масової інформації у часі та просторі. Сьогодні блог – це засіб вираження громадської та особистої думки. Блоги виконують багато функцій, стають засобом інформування та впливу на соціум. У даний час блоги виступають в якості інструменту, який дозволяє формувати мережеві спільноти, які є окремим видом комунікації. Проте функціонують за тими ж принципами. Блогінг як засіб масової комунікації задовольняють потреби людей у спілкуванні, отриманні новин, дають змогу фіксувати події та думки, коментувати, стаючи частиною віртуального товариства. Блоги продовжують розвиватися і вдосконалюватися.

Виникнення блогосфери як одного із джерел отримання інформації і комунікації внесло суттєві корективи в робочий процес усіх стандартних медіа. Люди дедалі більше звертаються до інтернету, в тому числі і блогів для отримання потрібної інформації. Соціальні мережі є одним із найпоширеніших джерел інформування. Сьогодні блогосфера набула популярності і отримала своє поширення в медіа сфері.

Блогінг став невід'ємним елементом сучасного медійного простору в виробництві інформаційного контенту самими користувачами мережі. Блогери створюють нові медійні незалежні напрямки, що визначають подальше функціонування блогів в інформаційному просторі.

Виявлення природи та структури медіаресурсів показало, що це величезна частина соціальної комунікації, яка бере на себе функції усно, письмово та візуально. Відіграє важливу роль у процесі пізнання світу, внаслідок чого можна говорити про виховну та пізнавальну функції засобів інформаційної комунікації. Сучасні блоги є конвергентними джерелами та каналами передачі великої кількості інформації. Високий рівень залученості призвів до того, що мережа стала перехрестям думок та ідей, що, безсумнівно, впливає на формування масової свідомості в епоху інформаційного суспільства. Загалом, блогерство – це сучасний вид масової інформаційно-комунікаційної діяльності, яка з кожним днем дедалі все більше набуває актуальності та поширення, трансформує і видозмінює класичне сприйняття документованої інформації.

Таким чином, блогерство, вебсайти та блоги наділені такими функціями як вільне володіння, збирання та обробка інформації, документування відомостей і фактів, поширення інформації у довільній для блогера формі. Блогери мають повну свободу у вираженні власних думок.

Отже, вебсайт як система виступає новою документно-інформаційною якістю, що відрізняється від окремих офіційних документів або груп документів, об'єднаних службовою діяльністю, і потребує глибокого документознавчого осмислення та чіткого визначення.

1.2 Різновиди інтернет-інформаційної діяльності та безпека інформації

Сьогодні в Україні потребують узгодження питання реалізації нормативно-правової бази та оновлення окремих положень законодавчих документів, якими передбачався б контроль інформаційного простору в

мережі інтернет та обмежувалося право на інформацію в інтересах національної безпеки, територіальної цілісності або громадського порядку, з метою запобігання конфліктним ситуаціям чи злочинам, для захисту охорони здоров'я населення, захисту репутації та / або прав інших людей. Зокрема про це зазначено у п. 2 ст. 6 Закону України від 02.10.1992 р. № 2657-ХІІ «Про інформацію» [19]. Потребує категорійного уточнення питання інтернет-діяльності, вироблення чіткого механізму правового регулювання як самого поняття, так і процедури контролю інформаційного простору (особливо в мережі Інтернет), відповідно до ст. 11 Закону України від 06.12.1991 № 1932-ХІІ «Про оборону України» [20].

Серед основних оборонних функцій Генерального штабу Збройних Сил України сьогодні виділяється участь в організації, використанні та контролі за повітряним, водним і інформаційним простором держави, особливо в умовах особливого періоду. Указ Президента України «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 31 жовтня 2001 року «Про заходи щодо вдосконалення державної інформаційної політики та забезпечення інформаційної безпеки України» передбачав розроблення механізму реалізації повноважень Генерального штабу Збройних Сил України у цій сфері. Однак значна частина положень цього Указу досі залишилася невиконаною.

Застосування в Україні класичних методів контролю інформаційного простору в мережі Інтернет розпочалося у 2017 році відповідно до Доктрини інформаційної безпеки України, яка була введена в дію Указом Президента України від 25 лютого 2017 року № 47/2017 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року «Про Доктрину інформаційної безпеки України»» [36]. У цьому документі наголошується, що використання Російською Федерацією технологій гібридної війни проти України спричинило трансформацію інформаційної сфери в ключову арену протистояння, де відбувається боротьба за суспільну свідомість, інформаційний вплив і контроль.

У Доктрині акцентується увага на необхідності захисту національного інформаційного простору від зовнішніх загроз, зокрема від поширення дезінформації, пропаганди та кібератак. Також підкреслюється важливість формування ефективної системи моніторингу інформаційних потоків, впровадження сучасних технологій кібербезпеки та налагодження міжнародної співпраці у цій сфері.

Крім того, документ передбачає розвиток національних медіа, підтримку якісного контенту, спрямованого на консолідацію суспільства, а також удосконалення законодавчої бази для забезпечення інформаційної безпеки. Особливе значення приділяється протидії деструктивному впливу, спрямованому на підриг довіри до державних інституцій, розпалювання міжетнічної та міжконфесійної ворожнечі, а також створення умов для стабільного розвитку інформаційного суспільства.

Таким чином, Доктрина стала фундаментом для впровадження заходів, спрямованих на зміцнення інформаційної безпеки України, підвищення стійкості інформаційної інфраструктури та посилення захисту національних інтересів в умовах сучасних гібридних викликів [36].

Сьогодні російська федерація активно застосовує новітні інформаційні технології для впливу на свідомість громадян України. Ці дії спрямовані на розпалювання національної та релігійної ворожнечі, пропаганду агресії та війни, підриг конституційного ладу, порушення суверенітету і територіальної цілісності України.

У відповідь одним із ключових пріоритетів державної політики України в інформаційній сфері визначено створення механізмів протидії таким загрозам. Зокрема, передбачено законодавче врегулювання процесів виявлення, фіксації, блокування та видалення з інформаційного простору, включаючи український сегмент Інтернету, контенту, який:

- загрожує життю і здоров'ю громадян,
- пропагує війну, агресію чи ворожнечу,

- підриває державний суверенітет, закликає до насильницької зміни конституційного ладу або порушення територіальної цілісності України,
- поширює ідеологію та символіку комуністичного або націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів.

Ці заходи спрямовані на захист національної безпеки, забезпечення стабільності суспільства та зміцнення інформаційного суверенітету України в умовах сучасних гібридних викликів.

Ця норма підтверджує застосування в Україні методу контролю інформаційного простору в мережі Інтернет, зокрема блокування або заборони доступу до сайтів, що містять інформацію, яка порушує чинне законодавство. Такий підхід можна також розглядати як заходи, спрямовані на мінімізацію шкоди від підливних психологічних операцій, що здійснюються як іноземними державами, так і внутрішніми організаціями, про що зазначала О. Бусол [2].

Однак у Доктрині не зазначено поняття «контроль» як одну з основних функцій системи управління, що передбачає спостереження і перевірку процесів функціонування та фактичного стану об'єкта управління. Такий контроль має на меті оцінку відповідності поточного стану об'єкта бажаному та передбаченому нормативними актами, законами, інструкціями, програмами, планами, договорами чи іншими регуляторними документами. Натомість основна увага зосереджується на моніторингу інформаційного простору та загальнодоступних ресурсів українського сегмента мережі Інтернет для виявлення забороненої до поширення інформації. Також передбачено виявлення загроз національним інтересам і безпеці в інформаційній сфері шляхом застосування спеціальних методів та аналізу діяльності вітчизняних і закордонних медіа та Інтернет-ресурсів. Окремий акцент зроблено на протидії спеціальним інформаційним операціям, спрямованим проти Збройних Сил України та інших військових формувань [2].

Легальне визначення інтернету міститься в абзаці п'ятнадцятому статті 1 Закону України «Про електронні комунікації», згідно з яким інтернет – всесвітня інформаційна система загального доступу, яка логічно пов'язана глобальним адресним простором та базується на інтернет-протоколі, визначеному міжнародними стандартами [21]. Закон визначає правові та організаційні основи державної політики у сферах електронних комунікацій та радіочастотного спектра, а також права, обов'язки та відповідальність фізичних і юридичних осіб, які беруть участь у відповідній діяльності або користуються електронними комунікаційними послугами.

Інтернет у сучасному суспільстві сприймається як глобальна система, яка забезпечує зв'язок між різними користувачами та пристроями за допомогою різноманітних технологій передачі даних. До таких технологій належать:

- канали зв'язку, які об'єднують різні частини мережі, дозволяючи передавати інформацію;
- супутниковий зв'язок, що забезпечує доступ до Інтернету в регіонах із недостатньо розвиненою наземною інфраструктурою;
- телефонні лінії, які досі використовуються для доступу до Інтернету, зокрема через технології DSL;
- мобільний зв'язок, що надає можливість підключення до Інтернету через стільникові мережі, включаючи 3G, 4G, а також 5G;
- виділені лінії, які забезпечують стабільне і високе швидкісне з'єднання для користувачів або організацій;
- радіоканали, що використовуються для передачі сигналів на відстані за допомогою радіохвиль.

Загалом, мережа інтернет сьогодні являє собою інформаційний простір, який не обмежується географічними чи державними кордонами. Це глобальна мережа, де будь-який зареєстрований інформаційний ресурс, незалежно від країни резидента, може розміщуватися на сервері, розташованому у будь-якому куточку світу. Наприклад, ресурс,

zareestrovaniy ukrainskim rezidentom, moze fizichno zberigatisia na serveri, orendovanomu v inshii kraïni. Takii vlastivosti roboti v mereshi internet viznachaiut yogo unikalnist yak seredovishha dla obminu informatsiïu, ale vodnoch as вона stvorïuє vikliki dla zakonodavchogo reguluvannia, zahistu danih i zabezpechennia informatsiïnoi bezpeki.

Do perelichenih bazovih poslug, yakii dostupni shogodni koristuvacham za umovi vikoristannia mereshi internet, mozhna vidnesti [8]:

- elektronna poшта (e-mail, e-poшта) – naibilsh пошиrenii ta desheviï zasib listuvannia ta obminu nevelikimi za obсяgom blokami budʹ-yakoi informatsiï;

- grupa novin – zasib nadannia informatsiï dla zagalnoho oghlydu (telekonferentsiï, elektronni doshki oghloshenʹ tosho);

- predač failiv (servis FTP – FileTransferProtocol) – zasib poshuqu ta peresilannia budʹ-yakih informatsiïnih failiv, bez oghlydu na iïh zmist i pryznachennia;

- www («vsesvitnia pavutina») – posluga dostupu ta nadannia hipertextovih dokumentiv, yakii she nazivaiut – vebstorinkami.

Do poxidnih poslug mozhna vidnesti bezlich poslug, sho realizuiutisia na osnovi bazovih chii ei podalshim rozvitkom, napriklad:

- dostup do informatsiïnih resursiv, takih yak bazi danih, elektronni arkhivi, biblioteki tosho;

- elektronna komertsia (e-komertsia) – stvorennia virtualnih magaziniv, reklama, prodazh i zdïsnennia rozrahunkiv zasobami informatsiïno-telekomunikatsiïnih tekhnologii;

- telebanking (internet-banking) – zdïsnennia cherez mereshu internet mižbankivskih rozrahunkiv i bankivshogo obsluhovuvannia kliientiv;

- distantsiïne (tele-) navchannia – nadannia metodichnoi ta informatsiïnoi pidtrimki dla navchannia nezalezhno vid vidдаленостii togo, kto navchatsia, vid navchalnoho zakladu;

- телеробота – отримання замовлень на виконання роботи у мережі інтернет;

- телемедицина – надання медичних послуг на відстані, зокрема, інформування, консультування, діагностика, нагляд за хворими тощо за допомогою засобів спілкування, а також спеціалізованого кінцевого обладнання, що підключені до мережі передачі даних;

- «ІР-телефонія» – здійснення двостороннього голосового контакту віддалених один від одного абонентів через мережу інтернет [8].

Відповідно до Указу Президента України «Про заходи щодо розвитку національної складової глобальної інформаційної мережі інтернет та забезпечення широкого доступу до цієї мережі в Україні» від 2000 року, розвиток національної складової глобальної інформаційної мережі інтернет, забезпечення широкого доступу до цієї мережі громадян та юридичних осіб усіх форм власності в Україні, належне представлення в ній національних інформаційних ресурсів є одним з пріоритетних напрямів державної політики в сфері інформатизації, задоволення конституційних прав громадян на інформацію [28]. Розвиток національної складової глобальної інформаційної мережі інтернет, забезпечення широкого доступу до цієї мережі громадян та юридичних осіб усіх форм власності в Україні, належне представлення в ній національних інформаційних ресурсів визначено одним з пріоритетних напрямів державної політики в сфері інформатизації, задоволення конституційних прав громадян на інформацію, побудови відкритого демократичного суспільства, розвитку підприємництва.

Пріоритетні завдання у напрямі розвитку національної складової мережі інтернет та забезпечення широкого доступу до цієї мережі в Україні визначено наступним чином:

створення умов для забезпечення доступу до мережі інтернет

забезпечення конституційних прав громадян на вільне збирання, зберігання, використання та поширення інформації, свободу думки і слова, вільне вираження своїх поглядів і переконань

забезпечення державної підтримки розвитку інфраструктури надання інформаційних послуг через мережу інтернет

розвиток та впровадження інформаційних технологій у системі державного управління, підприємницькій діяльності, освіті, наданні медичної та правової допомоги та інших сферах

вирішення завдань щодо гарантування інформаційної безпеки держави, недопущення поширення інформації, розповсюдження якої заборонено відповідно до законодавства

регулювання діяльності суб'єктів інформаційних відносин, виробництва, використання, поширення та зберігання інформації, захисту прав на інтелектуальну власність, відповідальність за порушення порядку доступу до інформаційних ресурсів, за поширення комп'ютерних вірусів

Рисунок 1.1 – Напрями розвитку національної складової мережі інтернет

Актуальним напрямом розвитку новітнього законодавства, враховуючи основні тенденції розвитку віртуального середовища, є визначення правових аспектів розвитку та користування інтернетом [10, 29-30].

Відповідно до визначеної термінології у статті 1 Закону України «Про публічні закупівлі» 922-VIII від 2016 року, інформаційна система в мережі інтернет є вагомою складовою програмних засобів для забезпечення інформаційної комунікації учасників закупівельної програми. Вона забезпечує доступ до інформаційних ресурсів і відповідає таким обов'язковим вимогам: забезпечує збирання, накопичення, передачу та обробку інформації щодо державних закупівель замовників з усіх адміністративно-територіальних одиниць України; відповідає встановленим законодавством вимогам щодо захисту державної інформації; надає

можливість здійснення електронних державних закупівель та відповідає іншим вимогам, встановленим цим Законом [18].

Загалом, електронна система у державному секторі повинна відповідати конкретним вимогам щодо: можливості здійснювати обмін інформацією з використанням мережі Інтернет; наявності загальнодоступних засобів телекомунікації, що не обмежують участі у процедурах закупівель/спрощених закупівлях; наявності системи електронного обміну документами з використанням методів ідентифікації, вимоги до яких визначаються Кабінетом Міністрів України; можливості здійснювати ідентифікацію учасників і точно визначати час і дату отримання тендерних пропозицій/пропозицій (їх частин) ...; наявності системи збереження даних, що здійснює зберігання протягом не менш як 10 років усіх документів ..., і забезпечує автоматичне резервування і відновлення даних; можливості забезпечення безперервності процесу закупівель [18].

Під поняттям інтернет-видання слід розуміти будь-який сайт засобу масової комунікації або інших суб'єктів (сторінку в мережі інтернет, або вебсторінку), що поширює в мережі інтернет новини та/або будь-які інші інформаційні матеріали. Заразом, словосполучення інтернет-видання не можна ототожнювати з терміном електронний засіб масової інформації або електронний засіб масової комунікації. Сьогодні в Україні актуалізувалася проблема нормативно-правового врегулювання відносин, пов'язаних з поширенням інформації в мережі інтернет, створення інформації, її комерціалізації, права власності тощо.

Щодо правового регулювання зазначених суспільних інформаційно-комунікаційних відносин у практиці інших країн, необхідно звернути увагу на досвід Німеччини. Так, Закон від 1 серпня 1997 року «Про інформаційні та комунікаційні послуги» регулює відносини в сфері інтернет. На відміну від американського підходу, німецькі законодавці покладають на провайдерів послуг відповідальність за зміст інформації, яку передають треті особи через їх мережу. Ця відповідальність виникає, якщо провайдер поінформований

про незаконний зміст трафіка і якщо блокування такого контенту є технічно можливим та обґрунтованим. Згідно з німецьким законодавством, провайдери мають обов'язок блокувати "незаконну" інформацію, що поширюється через їх мережу, що є імперативною нормою.

Крім того, провайдери несуть відповідальність за зміст власної інформації, яку вони надають користувачам. Однак вони звільняються від відповідальності за зміст інформації, розміщеної третіми особами, якщо вони лише забезпечують доступ до цієї інформації, не впливаючи на її зміст. Це означає, що провайдери не зобов'язані перевіряти чи контролювати інформацію, яку передають через свою мережу, але повинні вживати заходів щодо блокування незаконного контенту, коли це можливо. [4].

Отже, вирішення проблеми в галузі інформаційного законодавства може бути досягнуте через його кодифікацію. Створення відповідного Кодексу, який можна умовно поділити на три основні розділи – «Доступ до інформації», «Інформатизація» та «Засоби масової інформації / комунікації», що дозволить систематизувати і вдосконалити правову базу в цій сфері. Зокрема, питання поширення інформації через мережу інтернет можна ефективно вирішити в межах розділу «Інформатизація», що дозволить створити чіткі механізми регулювання інформаційного простору в мережі.

РОЗДІЛ II

ДОКУМЕНТНО-ІНФОРМАЦІЙНА КОМУНІКАЦІЯ З ВРАХУВАННЯМ ТЕХНОЛОГІЧНИХ І СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ЗМІН

2.1 Сутність та значення масової комунікації в інтернет-просторі

Сучасні умови технологічних і соціокультурних змін, переходу від індустріального, де основним профілем є виробництво товарів та постіндустріального, де на перший план виходить сфера послуг та економіки до сфери інформаційних товарів та послуг, розвитку інформаційного середовища та створення інформаційного бізнес-середовища. Ці тенденції та новітні явища інформаційно-комунікаційного розвитку відображає об'єктивність цивілізаційного поступу, пов'язаного з появою нових інформаційно-комунікаційних технологій, нових запитів та організації особливих умов життя.

З моменту об'єднання ранніх цивілізацій спілкування та обмін інформацією стало основним елементом співіснування суспільства для реалізації різноманітних завдань та стратегічних цілей. Спілкування було необхідним механізмом, щоб ділитися новинами, висловлювати потреби, формувати стосунки та вирішувати конфлікти. Масова комунікація завжди була потребою інформування, для навчання та розвитку освітніх компетенцій, а з розвитком інформаційних технологій та засобів комунікації вона набувала різноманітних форм та проявів.

Історія розвитку та вдосконалення засобів масової комунікації бере початок від ранніх доісторичних форм мистецтва та письма до базової технології друку приблизно з 800 р. н.е.; винахід Й. Гутенбергом друкарського верстата у 1455 році; перша щотижнева друкована газета в Антверпені у 1605 році; винахід радіо Марконі у 1895 році; телебачення Джона Логи Берда у 1925 році; і, нарешті, до інтернету (Всесвітньої павутини) Тіма Бернерса-Лі у 1990 році. Британський вчений з Європейської організації з ядерних досліджень (CERN) Тім Бернерс-Лі запустив перший у

світі вебсайт, в якому описувалася нова технологія глобального обміну інформацією «Всесвітня павутина», що поклало початок для розвитку сучасного інтернету.

Масова комунікація визначається як процес, у рамках якого особа, група осіб або організація створюють повідомлення і передають його через засоби масової інформації (наприклад, телебачення, радіо, інтернет тощо) великій, анонімній та різноманітній аудиторії. Цей процес забезпечує можливість поширення інформації серед значної кількості людей, які не мають особистого зв'язку з відправником повідомлення, що робить масову комунікацію важливим інструментом впливу та взаємодії в суспільстві.

Еволюція засобів масової комунікації супроводжувалася численними перешкодами та проблемами несприйняття. Часто з'являлися звинувачення щодо надмірного контролю над свідомістю, упередженості або низькій якості інформації, яку вони передають. Однак розвиток комунікаційних технологій сьогодні дає можливість людям знаходити більше інформації зручніше і швидше, ніж будь-коли раніше. Засоби масової комунікації та інформації можуть бути різноманітними: друкованими, радіо, телебачення або обміну інформацією в інтернеті. Вони можуть мати місцеву, національну або міжнародну орієнтацію, а також можуть бути спрямованими на широкую аудиторію або на конкретні групи людей. Сьогодні вибір джерел інформації є величезним, що дає можливість кожному знаходити те, що йому потрібно, з урахуванням інтересів і потреб.

Історія засобів комунікації та передачі інформації охоплює процеси передачі знань, інформації та цінностей широкій аудиторії через різноманітні канали зв'язку. Хоча термін «медіа» став широко використовуватися лише у 1920-х роках для позначення структур комунікації, історія ЗМІ має коріння, яке сягає, принаймні, з появи друкарського преса у п'ятнадцятому столітті. Деякі трактування історії включають також скрипторії та усні традиції, а також настінні розписи середньовіччя, які слугували засобами передачі інформації. Деякі дослідники навіть заглиблюються в глибшу історію,

розглядаючи комунікаційні практики в доісторичні часи, коли інформація передавалася через символи та зображення на стінах печер.

Існують численні підходи до вивчення історії засобів масової інформації, які фокусуються на розумінні впливу цих структур на суспільства в усьому світі, на конкретних формах, які вони набули, та на динаміці історичних змін. Кожна з цих тем є предметом значної кількості теоретичних і емпіричних досліджень, що включають аналіз багатьох аспектів, таких як культурні, соціальні, політичні і економічні контексти. Вивчення цих процесів охоплює різноманітні приклади з різних середовищ, просторових контекстів і розвиток засобів масової інформації в часі, що дозволяє зрозуміти, як комунікаційні технології та медіа впливали на суспільства в різних історичних етапах і різних частинах світу.

Близько сорока тисяч років тому наші предки створювали наскельні малюнки на стінах печер на індонезійському острові Сулавесі. Вони залишали відбитки своїх рук та інші позначки, що є ранніми прикладами комунікації через зображення. Подібні наскельні малюнки у Франції та Іспанії з'явилися лише кілька тисячоліть пізніше. Хоча експерти досі не можуть точно визначити мету цих витворів мистецтва, існують припущення, що вони могли бути одними з перших спроб спілкування через візуальні медіа. Однак варто зауважити, що аудиторія цих картин була дуже обмеженою, оскільки вони призначалися для невеликої групи людей, здатних зрозуміти ці символи.

Так звані «мас-медіа» не могли реалізуватися без створення нових технологій. Першою з таких технологій був папір, винайдений у Китаї близько 100 року до н.е. Однак пройшло ще близько 1500 років, перш ніж Йоганн Гутенберг побудував перший друкарський верстат у середині 15 століття. Це відкриття революціонізувало процес видавництва, оскільки тепер книги можна було друкувати масово, що значно знижувало їхню вартість і робило доступними для широкого кола людей. До цього кожному книгу доводилося писати вручну, що обмежувало їх кількість і доступність.

На початку 17 століття з'явилися перші газети, але через низький рівень грамотності населення їхня аудиторія була обмежена. З часом, коли все більше людей навчалися читати та писати, доступ до засобів масової інформації зростав. На початку 1800-х років газети з великими тиражами, такі як *The Times of London*, набули величезної популярності серед читацької аудиторії. Високошвидкісні ротаційні друкарські машини дозволили значно збільшити обсяги друку, а розвиток залізничного транспорту сприяв швидшому поширенню газет по всій країні. Це дозволило зробити новини доступними для значно ширшої аудиторії.

Поява фотографії кардинально змінила медійну сцену. У 1862 році фотограф Метью Бреді організував виставку фотографій, зроблених ним під час Громадянської війни в США. Американці були глибоко вражені, дивлячись на зображення загиблих у битві при Антіетамі, зроблені Брейдом. *Нью-Йорк Таймс* зазначила, що Брейді «приніс нам додому жахливу реальність війни», показавши її такою, якою вона була насправді. У 1895 році брати Люм'єр організували першу публічну демонстрацію рухомих зображень у Парижі. Це нововведення також викликало сильний резонанс серед глядачів – деякі були налякані і навіть відчули шок від такої нової форми комунікації.

Останній значний сплеск у розвитку засобів масової інформації відбувся у 1965 році, хоча мало хто тоді усвідомлював важливість цієї події. У лабораторії Массачусетського технологічного інституту два комп'ютери почали спілкуватися між собою, використовуючи нову технологію, яка розбивала повідомлення на окремі пакети, що потім збиралися на комп'ютері отримувача. Ця технологія лягла в основу мережі ARPANET – агентства перспективних дослідницьких проєктів. ARPANET став важливим етапом розвитку сучасних комп'ютерних мереж і був прийнятий як система зв'язку для збройних сил США в 1969 році, що зрештою призвело до появи Інтернету.

У 1974 році ARPANET була адаптована для комерційного використання, що стало важливим кроком у розвитку глобальних мереж. За інформацією LiveScience, у 1976 році королева Єлизавета II натиснула кнопку «надіслати» під час свого першого відправлення електронного листа. У 1990 році Тім Бернерс-Лі розробив мову гіпертекстової розмітки (HTML), яка стала основою для навігації в інтернеті. Наступного року була запущена Всесвітня павутина, що кардинально змінила спосіб взаємодії людей із інформацією в інтернеті. До 1993 року в інтернеті вже було 600 вебсайтів і два мільйони підключених комп'ютерів, що свідчить про швидкий розвиток цієї технології в перші роки її існування.

У 1998 році була створена пошукова система Google, що радикально змінила спосіб використання інтернету. Завдяки своїй здатності швидко знаходити потрібну інформацію серед величезних обсягів даних, Google став основним інструментом для користувачів Інтернету. У 2004 році з'явився Facebook, що ознаменувало початок ери соціальних мереж. Ця платформа дозволила людям взаємодіяти, обмінюватися думками та зображеннями, створюючи нові форми спілкування і взаємодії в інтернеті, що стало важливою частиною сучасного цифрового середовища.

На січень 2020 року в інтернеті налічувалося понад 1,7 мільярда вебсайтів, і щодня з'являлося близько 140 000 нових. За даними SmartInsights, кожні 60 секунд в інтернеті відбуваються наступні події:

1. завантажується 500 годин відео на YouTube;
2. відправляється 149 513 електронних листів;
3. зроблено 3,3 мільйона постів у Facebook;
4. запускається 3,8 мільйона пошукових запитів у Google;
5. у Twitter надіслано 448 800 твітів.

Ці цифри демонструють величезний обсяг активності та інформаційного потоку, що відбувається в інтернеті щохвилини, і підкреслюють значущість онлайн-платформ у сучасному житті.

Інтернет став величезною системою доставки інформації, і логічно, що в майбутньому можуть з'явитися нові технології, які зроблять його застарілим. У постіндустріальному (інформаційному) суспільстві відбувся справжній переворот у засобах масової інформації. Завдяки технологіям кожен має можливість збирати, обробляти та створювати контент, незалежно від його освітнього чи професійного фону. Це змінило роль традиційних медіа і дозволило зростанню громадянських журналістів, блогерів та інших учасників інформаційного процесу, що активно формують сучасний медіапейзаж.

Трансформація медіа відбулася на цивілізаційному зламі, коли індустріальне суспільство поступилося місцем постіндустріальному (інформаційному) суспільству. Це стало новим етапом розвитку соціуму, в якому інформація та знання набули вирішального значення. Інформаційно-комп'ютерна революція стала процесом інформатизації всіх сфер життя, як суспільства в цілому, так і кожної людини зокрема. Новітні технології докорінно змінили матеріально-виробничу та соціальну структуру людства. Цей етап настав, коли інформація стала однією з головних цінностей у житті людей. Щоб зрозуміти феномен інформатизації сучасного суспільства та медіа, важливо почати з розуміння поняття інформації, яке лежить в основі цих змін.

Існують різні визначення інформації, які можуть бути складними та суперечливими, особливо коли мова йде про її місце в економіці та повсякденному житті. Проте можна запропонувати загальне визначення терміну: *інформація* – це будь-які відомості та/або дані, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді. Це визначення охоплює як традиційні способи зберігання інформації (наприклад, на папері), так і сучасні форми, де інформація зберігається або передається за допомогою цифрових технологій [18].

З точки зору сучасного суспільства, інформація є предметом активного споживання. Щоб потрапити до користувача, вона проходить кілька етапів, які забезпечують її ефективну обробку та доставку:

збір даних – процес збору необхідної інформації з різних джерел, як-от дослідження, спостереження, опитування чи автоматизовані системи збору;

обробка – перетворення зібраних даних у корисну інформацію через аналіз, структурування та інтерпретацію;

зберігання інформації – процес фіксації та збереження інформації на відповідних носіях, таких як електронні бази даних, сервери або інші матеріальні та цифрові носії;

передача інформації – процес доставки обробленої інформації користувачам через різноманітні канали комунікації, включаючи Інтернет, радіо, телебачення чи інші цифрові платформи.

Ці етапи гарантують, що інформація потрапить до кінцевого споживача в зручній та зрозумілій формі. Саме на етапі передачі інформації, зростає роль засобів масової комунікації (медіа, мережі та телекомунікації).

Масова комунікація є базовим станом сучасного суспільства, у якому складна, функціонально диференційована соціальна структура втілена в символічних формах і образах, які можуть бути сприйняті та зрозумілі як корпоративною, так і масовою, індивідуальною свідомістю. Це означає, що сучасні комунікаційні процеси охоплюють всі рівні соціуму і є невід’ємною частиною повсякденного життя, допомагаючи здійснювати інтеграцію різних соціальних груп та індивідів.

Інформаційне суспільство відрізняється від індустріального тим, що в ньому інформація розглядається не просто як засіб передачі знань, а як товар, що має економічну цінність. Особливо це стосується наукової та технічної інформації, яка займає важливе місце в економіці. Відповідно до цього, в економіці зростає число інформаційних працівників, чії професійні обов’язки спрямовані на збір, обробку та передачу інформації.

Суспільство з високим рівнем інформатизації характеризується значним впливом інформаційних технологій на всі сфери життя. Це охоплює більшість громадян, організацій та робочих місць, які активно використовують спільні або сумісні технології для широкого спектра особистих, соціальних, освітніх та ділових заходів. Основним аспектом є здатність швидко передавати, отримувати та обмінюватися цифровими даними між різними місцями незалежно від відстані. Це дозволяє створювати глобальні інформаційні мережі, сприяє розвитку суспільства та економіки.

В історії людства справді було кілька інформаційних революцій, кожна з яких суттєво змінила соціальні та економічні структури внаслідок нових технологій обробки інформації. Четверта інформаційна революція, що розпочалася в 1970-х роках, справила особливий вплив на виникнення і розвиток інформаційного суспільства.

Технологічною основою цієї революції стали винахід мікропроцесорної техніки та поява персональних комп'ютерів, а також розвиток комп'ютерних мереж і засобів електронного зв'язку. Поява таких технологій змінила підхід до обробки та передачі інформації, оскільки вони почали використовувати електронні, а не механічні або електричні засоби. Мікромініатюризація компонентів і пристроїв дозволила значно зменшити розміри і вартість обладнання, а програмне забезпечення стало більш гнучким і доступним для широкого кола користувачів.

Інформаційне суспільство можна визначити як таке, у якому створення, обробка та розповсюдження інформації стали найважливішими елементами економічної та культурної діяльності. Це суспільство відрізняється від аграрного чи індустріального тим, що в ньому роль традиційних фізичних засобів виробництва (таких як плуги чи верстати) значно зменшилась. Натомість основними "верстатами" сучасного інформаційного суспільства є комп'ютери, телекомунікаційні системи та цифрові платформи, які дозволяють обробляти та передавати величезні обсяги даних по всьому світу.

Таким чином, інформація стала головним товаром і рушійною силою розвитку сучасної економіки і культури.

Поява поняття «масова комунікація» дійсно відноситься до початку ХХ століття, і одним із перших теоретиків, які досліджували це явище, був Ч. Кулі. Відомий соціолог і психолог, він зробив значний внесок у розуміння того, як масові комунікації впливають на індивідів і суспільство загалом. У своїй теорії «залучення» індивідів до «більшої свідомості» Ч. Кулі наголошував на важливості спілкування як механізму, який активує колективну людську думку, створюючи спільні «стани відчуття» і «відображення». Для Ч. Кулі комунікація була не лише процесом передачі інформації, але й важливим інструментом соціалізації, який сприяє об'єднанню індивідуальних досвідів у колективні уявлення і свідомість.

Продовжуючи цю тему, В. Терин описує процес формування масових комунікацій як історичне явище, яке виникло у результаті розвитку нових технологій, здатних досягати широкої аудиторії. Масові комунікації стали основою для обміну ідеями та інформацією на рівні цілих суспільств, що суттєво змінило соціальні структури і взаємодію між людьми. Роль мас-медіа як засобів комунікації між індивідами і масовою аудиторією стала все більш важливою в умовах індустріалізації і глобалізації. [26].

Дж. Г. Мід, американський філософ і соціолог, розвивав ідеї про суспільство як сукупність процесів взаємодії між індивідами, що стали основою його теорії символічного інтеракціонізму. Він зосереджувався на тому, як соціальна взаємодія формує індивідуальну свідомість і як значення актів взаємодії передаються через символи, зокрема мову. Мід підкреслював важливість спільних значень, які виникають у процесі взаємодії між людьми. Ключовою його ідеєю була концепція *узагальненого іншого*. Це означає, що індивід, через взаємодію з іншими людьми, навчається ставити себе на місце інших і розуміти їхні реакції та погляди, що дозволяє йому розвивати своє сприйняття соціальної реальності. Таке узагальнене відображення досвіду

допомагає створити спільне розуміння, яке є доступним для всіх членів суспільства, незалежно від їх індивідуальних переживань.

Мід також стверджував, що цей процес взаємодії і обміну символами створює соціальну структуру, яка організує індивідуальні уявлення та взаємодії. Таким чином, він доводив, що свідомість індивіда формується в процесі соціалізації і взаємодії з іншими людьми, а суспільство — це система взаємопов'язаних актів і значень, що постійно змінюються в результаті комунікації між людьми [22].

Масова комунікація є особливим видом соціальних відносин, що охоплює все суспільство і є ключовим фактором його розвитку та організації. Основною її характеристикою є соціальна обумовленість, оскільки вона є частиною системи соціальних зв'язків, що визначає певний тип цих відносин. Це означає, що процес взаємодії в масовій комунікації призводить до створення середовища спілкування, яке впливає на формування особистості, або навпаки, середовище, в яке ми потрапляємо, формує нас. Масова комунікація стала важливим явищем сучасного світу, що має суттєвий вплив на соціальні відносини як усередині окремих країн, так і на міжнародному рівні. Сьогодні масова комунікація є невід'ємною частиною сучасного суспільства, культури, економіки та політики, що охоплює міжнародні, міжгрупові та міжособистісні відносини. Постійний розвиток засобів масової інформації має все більший вплив на соціальне та культурне життя всього цивілізованого світу.

З появою Інтернету люди почали проводити більше часу за комп'ютером: вони збирають інформацію, освоюють нові програми та поширюють контент. Сьогодні ми перебуваємо в епосі медіавинаходів, коли суспільство переживає перехід від класичного вебінтернету до посткомп'ютерного світу, який постійно підключений. Вже незабаром ми потрапимо в епоху поширених обчислень, коли кожен пристрій і річ у нашому оточенні будуть підключені до мережі та здатні взаємодіяти, збираючи та передаючи дані в реальному часі.

За даними дослідницького агентства США з міжнародного розвитку USAID дослідження показало, що проникнення інтернету в Україні з кожним роком зростає. Цього року 90 % респондентів відповіли, що користуються інтернетом, а серед молодшої аудиторії віком 18-35 років – 100 % [35].

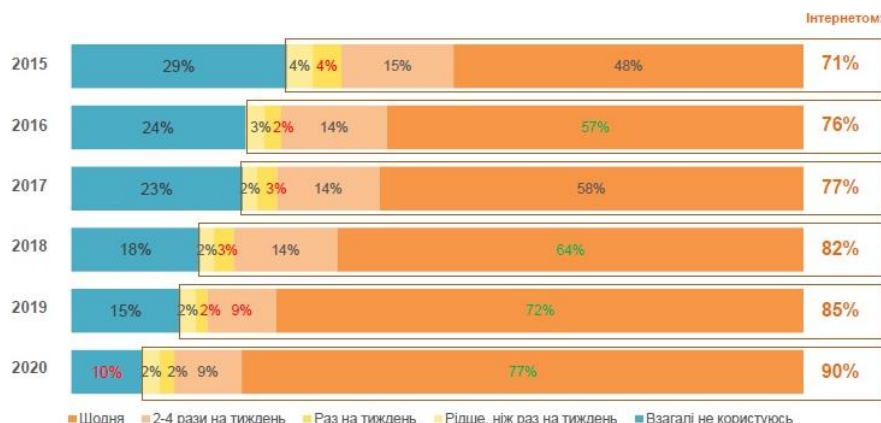


Рисунок 2.1 – Частота користування інтернет

У сучасному глобалізованому світі інформація стала основним ресурсом, який використовують для покращення добробуту та якості життя людей по всьому світу. Сьогодні ми проводимо більше часу в Інтернеті, отримуючи інформацію, зокрема новини та розваги. Тепер навіть газети можна читати онлайн. Різні засоби комунікації, такі як радіо, телебачення, газети, мобільні телефони та Інтернет, взаємопов'язані, що сприяє створенню глобальної віртуальної культури. Кожен, хто активно використовує мережеві комунікаційні засоби, завжди має миттєвий доступ до персоналізованих джерел інформації та соціальних контактів.

2.2 Особливості соціальних мереж як засобів масової комунікації

Присутність Інтернету у житті людей має великий вплив на їх взаємодію з іншими людьми та навколишнім світом. Вона може змінити спосіб мислення, оскільки Інтернет, будучи невід'ємною частиною повсякденного життя, має свої власні унікальні правила. Дев'ять тем «Цифрового громадянства» відображають ці зміни, демонструючи особливі методи, якими Інтернет може трансформувати свідомість людей. Сьогодні Інтернет дає можливість робити практично все — купувати й продавати товари та

послуги, спілкуватися, обмінюватися інформацією та активно брати участь у житті суспільства, яке тісно переплетене з реальним світом. Найважливіше те, що кожна дія в цифровому світі має таку ж вагу, як і дія в реальному житті.

Багато людей, які активно користуються інтернетом, погоджуються, що існують певні етикет та правила спілкування, яких слід дотримуватися для підтримки позитивної атмосфери в онлайн-просторі. Використання цифрового світу може бути складним, оскільки воно вимагає певних знань щодо основних операцій та принципів роботи мережі. Тому важливо для користувачів дізнатися про цифровий етикет і поділитися цими знаннями з іншими. Протягом багатьох років інтернет-спільноти сформулювали основні принципи, яких повинні дотримуватися користувачі.

Ці правила охоплюють як спілкування між людьми, так і взаємодію з інформацією, яка завантажується або спільно використовується. Наприклад, завантаження вмісту, що є плагіатом або було завантажено незаконно, є прикладом порушення етикету. Такі дії можуть спричинити не тільки негативну реакцію з боку інших користувачів, але й юридичні проблеми.

Цифровий етикет тісно пов'язаний з іншою важливою темою – цифровою безпекою. На жаль, деякі люди не дотримуються правил інтернету і зловживають своєю доступністю, щоб завдати шкоди іншим. Тому для користувачів інтернету дуже важливо пам'ятати про існування таких осіб і захищати свої пристрої та дані від потенційних загроз. Інформація може бути викрадена та використана зловмисниками за допомогою вірусів чи інших небажаних зовнішніх впливів.

Концепція цифрової безпеки включає в себе різноманітні захисні заходи, що дозволяють користувачам забезпечити конфіденційність своїх даних. Наприклад, встановлення антивірусних програм на електронні пристрої, а також регулярне резервне копіювання важливої інформації, є важливими елементами цифрової безпеки. Крім того, потрібно бути обережним із тим, яку інформацію можна публічно поширювати в інтернеті. Хоча багато людей

охоче діляться особистими даними, важливо пам'ятати, що деяка інформація не повинна бути доступною для загального доступу. Зокрема, фінансова інформація має зберігатися в надійному місці і бути захищеною від несанкціонованого доступу.

Два вищезгадані аспекти цифрового світу – цифровий етикет і цифрова безпека – є основою для формування відповідального цифрового громадянина. Ознайомлення з правилами спілкування в інтернеті дозволяє користувачам покращити їх взаємодію з іншими людьми, а також змінює їх підхід до реального життя. Врахування обережності в інтернеті допомагає людям по-новому оцінювати інформацію та визначати, що є безпечним для публікації, а що має залишатися приватним.

У той час, як одні користувачі не бачать загрози для своєї безпеки в цифровому середовищі, інші можуть стати жертвами зловмисників через відсутність досвіду. Тому важливою є усвідомленість про те, яку інформацію можна публікувати, а яку варто захищати. Це знання змінює поведінку користувачів в інтернеті, роблячи їх більш обачними та свідомими в управлінні особистими даними.

Інтернет, який виник у 1960-х роках як засіб обміну інформацією між державними дослідниками, зазнав величезних змін з того часу. На початку комп'ютери були великими і нерухомими, і для доступу до інформації, що зберігалася на одному комп'ютері, потрібно було або відправлятися до його місцезнаходження, або пересилати магнітні стрічки через пошту. З розвитком технологій, зокрема створенням мереж, інтернет став доступним для мільйонів людей по всьому світу, що призвело до появи нових можливостей для комунікації та обміну знаннями.

Інтернет продовжує традиції розвитку глобальних електронних масмедіа, але має значні відмінності від телевізійних ЗМІ. Однією з ключових переваг є те, що інтернет не потребує громіздких і дорогих систем передачі сигналу, що робить його більш доступним та економічно вигідним для широкого кола користувачів. Подібно до телебачення, інтернет активно

використовується адміністративними органами, і питома вага політичного та управлінського контенту постійно зростає.

Однією з особливостей інтернет-комунікації є її оперативність: повідомлення на інформаційних сайтах можуть миттєво тиражуватися на інших мережових платформах. Завдяки цьому інтернет стає надзвичайно ефективним інструментом для передачі інформації та швидкого реагування на події. Користувачі можуть спілкуватися та взаємодіяти з тими аспектами реальності, які найбільше відповідають їхнім інтересам та потребам, що робить цей інструмент персоналізованим і зручним для індивідуальних комунікацій.

Сьогодні люди проводять дедалі більше часу в інтернеті для отримання різноманітної інформації, включаючи новини та розваги. Тепер навіть газети можна читати онлайн, що значно спростило доступ до новин. Різні засоби комунікації, такі як радіо, телебачення, газети, мобільні телефони та інтернет, тепер взаємопов'язані, що сприяє розвитку віртуальної культури в глобальному масштабі.

У лютому 2019 року Київський Міжнародний Інститут Соціології провів всеукраїнське соціологічне опитування, яке стосувалося використання українцями інформаційних джерел. У рамках дослідження були вивчені думки та погляди дорослих громадян України (віком 18 років і старше) щодо користування засобами масової інформації, медіа-грамотності та впливу російської пропаганди. Оскільки аналогічне дослідження проводилося в лютому 2018 року, результати 2019 року дозволяють оцінити динаміку змін у звичках споживання інформації серед українців зображені в таблиці 2.1 [30].

Соціальні мережі стали потужним комунікаційним середовищем, яке впливає як на міста, так і на віддалені райони, і є лише частиною більш широкої цифрової революції. Цифрова трансформація не тільки змінила бізнес, зробивши світ більш доступним, але й змінила способи нашого спілкування.

Коріння сучасних соціальних мереж, таких як Facebook, сягають набагато глибше, ніж може здатися на перший погляд. Вони є результатом тривалого розвитку комунікаційних технологій. Одним із перших методів спілкування на великих відстанях була письмова кореспонденція, яка передавалася вручну від однієї людини до іншої — листи. Найстаріша форма поштової служби бере свій початок ще в 550 р. до н.е., коли була створена примітивна система доставки, яка з часом стала більш поширеною і впорядкованою.

Таблиця 2.1 – Медіавподобання українців (у відсотках) [30]

	18-29 років	30-39 років	40-49 років	50-59 років	60 років і старше
українське телебачення	54	64,7	77,9	84,6	90,8
соціальні мережі	69,3	63,6	49,6	34,0	13,6
українські інтернет-ЗМІ	36,1	36,6	34,9	24,9	9
родичі, друзі, сусіди, колеги по роботі, знайомі	18,6	23	22,9	22,3	28,3
месенджери (Viber, Telegram)	21	15	9,7	9,4	3,6
українське радіо	5	4,8	5,3	8,9	16,8
місцеве телебачення	4,3	5,3	9,4	12	12,2
українські газети	3,8	6,4	5	10,6	11,6
місцеві інтернет- ЗМІ	7,6	7,8	7,9	4,9	2,6
інше	1,7	2,9	0,9	1,7	1,3

Пневматична пошта, розроблена в 1865 році, здобула популярність не тільки в банківській сфері, але й створила новий спосіб швидкої доставки листів між одержувачами. Вона використовувала підземні труби з стисненим повітрям для транспортування капсул з повідомленнями на великі відстані.

Наприкінці 1800-х років сталося два важливих відкриття: телефон у 1890 році та радіо в 1891 році. Обидві технології, хоча й зазнали значних змін, використовуються й досі, з набагато складнішими та вдосконаленими версіями. Телефонні лінії та радіосигнали дозволили людям здійснювати миттєву комунікацію на великих відстанях, чого раніше не було можливо.

У 20 столітті технології почали змінюватися надзвичайно швидко. У 1940-х роках створили перші суперкомп'ютери, а вчені й інженери розпочали розробку методів для створення комп'ютерних мереж, що зрештою призвело до виникнення Інтернету. До 1980-х років домашні комп'ютери стали поширеними, а соціальні мережі почали набувати більш витонченого вигляду. Ретрансляційні інтернет-чати, або IRC, були запроваджені в 1988 році і залишалися популярними до 1990-х років.

У 1988 році фінський студент Ярмо Ойкарінен винайшов технологію чату, яка дозволяла спілкуватися в режимі реального часу, що стало важливим етапом у розвитку онлайн-комунікацій.

З розвитком блогів популярність соціальних мереж стрімко зроста. На початку 2000-х років сайти, такі як MySpace та LinkedIn, здобули популярність, а платформи на кшталт Photobucket і Flickr сприяли обміну фотографіями в інтернеті. У 2005 році з'явився YouTube, що подарувало користувачам новий спосіб спілкування та обміну інформацією на великих відстанях.

Завдяки досягненням в галузі інформаційних технологій, способи спілкування людей змінилися кардинально. Зростаюча популярність соціальних мереж продовжує покращувати сприйняття співрозмовників та здатність охоплювати широку аудиторію, коли це необхідно. Сприйняття соціальних мереж варіюється, тому важливо розглянути основні причини різних підходів до них, щоб повністю зрозуміти, як вони вдосконалюють комунікативні навички.

Сьогодні соціальні мережі стали невід'ємною частиною нашого життя, а контент набуває вірусної популярності, якщо він привертає увагу

користувачів. Facebook, Instagram і Twitter стали настільки домінуючими платформами, що важко уявити день без доступу до них або без читання повідомлень і контенту від друзів та знайомих. Соціальні мережі змінили наш спосіб життя – від того, як ми отримуємо новини, до того, як спілкуємося з близькими. Вони стали всюдисущими, потужними і, без сумніву, залишаться частиною нашого життя надовго.

З 2004 року соціальні мережі розвиваються з неймовірною швидкістю, і їх популярність ще не досягла свого максимуму. Безсумнівно, сьогодні платформи соціальних мереж стали основними джерелами новин та інформації. Але їхня роль не обмежується тільки цим. Унікальність соціальних мереж полягає в тому, як вони взаємодіють з користувачами. Вони не лише створюють платформу для спілкування, яка долає локальні та соціальні кордони, а й надають безліч можливостей для обміну контентом, таким як фотографії, відео, а також важлива текстова інформація.

Використання соціальних мереж у всьому світі невпинно зростає, і це безперечно є однією з найпопулярніших онлайн-діяльностей серед користувачів Інтернету. Останні дані американського дослідницького центру Oberlo свідчать, що в 2021 році в світі налічувалося 3,78 мільярда користувачів соціальних мереж, і цей показник продовжить зростати в наступні роки. [25]. У сучасному вигляді це становить близько 48 відсотків нинішнього населення світу.

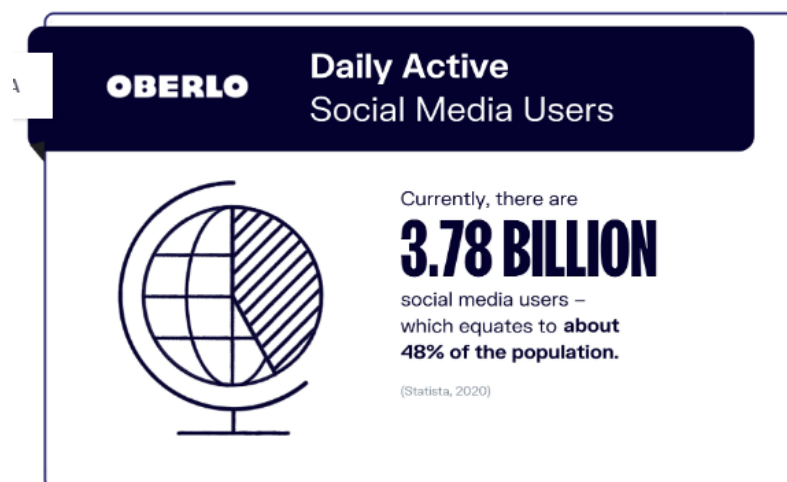


Рисунок 2.2 – Кількість користувачів соціальних мереж у світі

Кількість соціальних мереж постійно зростала, і деякі з них отримали власну спеціалізацію та орієнтацію на певні галузі. Наприклад, LinkedIn став популярним майданчиком для пошуку роботи, особливо серед працівників ІТ-сфери. Соціальні мережі сьогодні є не лише осередком спілкування, а й платформами для різноманітних проектів з різним контентом, призначених для різних цілей. Світова павутина (WWW) виступає не лише як засіб масової інформації, а й як інструмент для підтримки зв'язків з друзями, родичами та новими знайомими. Соціальні мережі дозволяють легко спілкуватися через листування та чати, що сприяє збереженню зв'язків. У сучасному світі можливість брати участь в онлайн-курсах, ділових зустрічах через відеоконференції допомагає людям заощаджувати час і гроші.

Соціальні мережі також сприяють підтримці один одного в складні моменти. У світі, де люди стикаються з різноманітними проблемами, ці платформи об'єднують тих, хто готовий допомогти. Соціальні мережі створюють можливість для вираження альтернативних думок, надаючи голос тим, хто раніше залишався безсилим. Вони дають змогу звичайним людям та активістам боротися з соціальною несправедливістю.

Крім того, соціальні мережі часто виступають каталізаторами для привернення уваги до проблем людей, що потребують допомоги. Наприклад, збори коштів через інтернет допомагають вирішувати фінансові та соціальні питання на міжнародному рівні. Таким чином, соціальні мережі сприяють оперативному реагуванню та координації глобальних зусиль на допомогу нужденним [24].

Згідно з результатами досліджень українського інтернет-середовища, соціальні мережі охоплюють понад половину всіх користувачів Інтернету в Україні. За даними агентства PlusOne на 2022 рік, кількість користувачів соціальних мереж в Україні становить 27,8 мільйона людей. Зокрема, Facebook має 16,8 мільйона користувачів, Facebook Messenger – 10,7 мільйона, а Instagram – 17,3 мільйона користувачів. Ці цифри свідчать про

високий рівень залученості українців до цифрових платформ і соціальних мереж, що підтверджує важливість цих інструментів у щоденному житті [31].



Рисунок 2.3 – Соціальні мережі серед українців

Згідно з дослідженням Pew Research Center, використання соціальних мереж має цікаві вікові тенденції. Зокрема, 84% дорослого населення у віці від 18 до 29 років є активними користувачами соціальних мереж. Це число дещо знижується до 81% для групи віком від 30 до 49 років і до 73% для осіб віком від 50 до 64 років. Найменше користуються соціальними мережами дорослі люди віком 65 років і старше, де цей показник значно нижчий. Це свідчить про те, що молодші покоління значно більше залучені до цифрового спілкування, в той час як старші покоління ще не так активно використовують соціальні мережі [3].

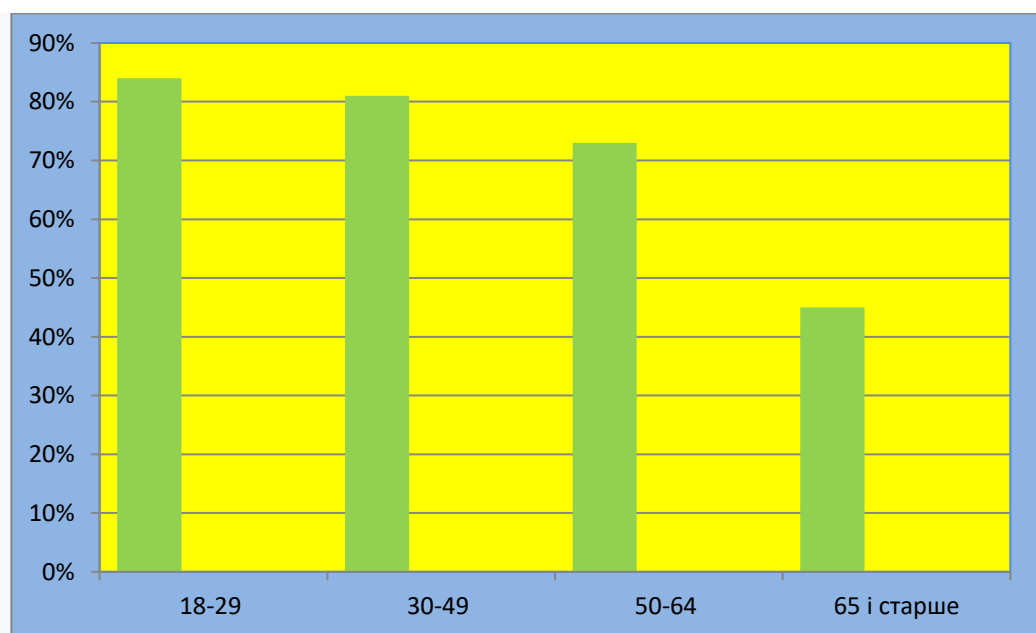


Рисунок 2.4 – Віковий діапазон користувачів соцмереж

Молоді люди залишаються найбільш активними користувачами соціальних мереж, одночасно маючи найширший доступ до смартфонів, що дозволяє їм залишатися постійно підключеними. Водночас старші покоління, зокрема бебі-бумери, все більше освоюють технології і активно знайомляться з платформами соціальних мереж. Технологічний розрив між поколіннями поступово скорочується, оскільки старші користувачі також починають активно використовувати планшети та інші пристрої для доступу до інтернету.

Завдяки поширенню інтернету і соціальних мереж, вони стали важливим каналом для поширення інформації, зокрема для проведення опитувань, обговорень суспільних проблем, а також отримання зворотного зв'язку. Інтернет також значно покращує доступ до інформації щодо діяльності державних органів, що сприяє більшій прозорості та участі громадян у житті суспільства.

Всесвітня павутина прискорює розвиток різних секторів, таких як фінансовий, соціальний, культурний та освітній. Завдяки популярності таких інструментів, як електронна пошта, соціальні мережі, блоги, відеоконференції, онлайн-навчання та покупки, значно спрощуються повсякденні транзакції та покращується якість життя людей, дозволяючи їм економити час і ресурси.

Інформаційне суспільство стало однією з найпопулярніших концепцій сучасності. Глобалізація, трансформація ринку праці через аутсорсинг, розвиток віртуальної культури — все це є важливими складовими цього феномену. Інтернет та інформаційні технології відіграють ключову роль у нашій глобалізованій епосі, маючи значний вплив на різні аспекти життя людей по всьому світу.

У новій епосі цифрової комунікації суттєво змінився вплив соціальних мереж на повсякденне життя, особливо молоді. Багато людей ще не усвідомлюють повного масштабу цього явища, але соціальні мережі вже

стали найпопулярнішим видом діяльності в інтернеті. Платформи, такі як Facebook, Instagram, Twitter та блоги, займають важливе місце у житті.

Сьогодні кожен наш допис, коментар чи пост зберігається в цифровому просторі, стаючи частиною величезних масивів даних. Щодня створюється велика кількість інформації, яку миттєво обмінюються через інтернет. Пост чи повідомлення можуть охопити мільйони людей за кілька секунд. Цей швидкий обмін інформацією і є однією з революційних рис сучасних мереж, що визначають інформаційно-комунікаційну діяльність у XXI столітті.

Сьогодні багато компаній використовують соціальні мережі як інструмент комунікації зі споживачами та для внутрішньої роботи. Мережеві платформи стали потужним засобом, через який навіть відбуваються соціальні та політичні революції. Соціальні мережі стали основним джерелом інформації та комунікації в глобальній мережі, що суттєво змінило способи взаємодії між людьми. Соціальні медіа та інтернет сформували паралельний світ, який відрізняється від реального через анонімність і свободу. Ці технології значно розширили горизонти спілкування та можливості контактування, але одночасно створюють загрозу віртуальності. Втрачається відчуття реальності, оскільки люди часто можуть витрачати багато часу в онлайн-світі, що знижує їхню здатність сприймати та взаємодіяти з реальним світом. Віртуальне середовище також стало унікальною платформою для творчості, науки та розвитку навичок. Сьогодні серед найбільш відвідуваних сайтів світу понад двадцять – це соціальні мережі, а ще шістдесят – платформи з широкими можливостями для комунікації.

Проте соціальні мережі мають і свої темні сторони: вони являють собою величезну базу даних, яка містить різноманітну інформацію про користувачів. Ці дані часто недостатньо захищені, хоча користувачі добровільно надають їх, відкриваючи доступ до свого особистого життя, інтересів та навичок. В результаті, користувачі поступаються конфіденційністю, а соціальні мережі створюють комфорт та нові можливості. Проте, варто зазначити, що інтернет не є безкоштовним: кожен

користувач платить інформацією про своє життя. Так створюється взаємозалежність – ми залежимо від інтернету, щоб отримати майже всю необхідну інформацію.

2.3 Блог як новітній інформаційний засіб масової комунікації

Сфера інформаційних технологій продовжує швидко розвиватися, відкриваючи нові можливості для комунікації, зберігання та передачі інформації. Одним з важливих продуктів цієї еволюції стали блоги, які змінили спосіб, яким люди отримують і обмінюються ідеями та інформацією. Поява блогів та інших онлайн-платформ відзначила революцію в обміні даними, що дозволяє людям з різних частин світу спілкуватися та ділитися думками.

Блоги є продуктом віртуального середовища Інтернету і стали невід'ємною частиною сучасної комунікації. Вони стали важливим інструментом у повсякденному житті, сприяючи соціальній взаємодії та допомагаючи людям знайти спільні інтереси, незалежно від того, де вони знаходяться. Блоги мають унікальні правила та принципи, що робить їх важливим комунікаційним середовищем у кіберпросторі [29].

Проте з розвитком цієї технології постають і нові виклики. Блоги стали популярним засобом документно-інформаційних комунікацій, де кожен має можливість висловити свої думки та заявити про себе. Однак відсутність відповідальності за публікуваний контент може призвести до поширення недостовірної або шкідливої інформації, що може мати серйозні наслідки.

Поняття «блог» має своє походження від англійських слів «web» (павутина) і «log» (журнал), що вказує на вебсайт, основний зміст якого складають регулярні записи, зображення або мультимедійний контент. За визначенням американського словника Merriam-Webster, блог – це вебсайт, на якому публікуються особисті роздуми, коментарі, а також часто гіперпосилання, відео та фотографії, розміщені автором. Блог також може бути ресурсом, де особа пише про свої переконання, діяльність і досвід.

Таким чином, блог є важливим інструментом для особистого вираження та обміну ідеями, який став важливою частиною сучасної онлайн-культури, дозволяючи користувачам створювати контент та взаємодіяти з іншими людьми на глобальному рівні [29].

Блог – це вебсайт, який може бути підтримуваний окремою особою, організацією чи групою. Зміст блогу варіюється і може включати щоденники, хронології подій, регулярні оновлення, коментарі, а також графіку, відео та фотографії. Термін «блог» також використовується як дієслово для позначення дії додавання та збереження контенту на блозі. Людина, яка веде блог, називається блогером, а процес ведення блогу — це регулярне додавання та оновлення контенту на сайті. Ведення блогу стало популярною практикою в інтернет-просторі, оскільки дозволяє особам та організаціям висловлювати свої думки, ділитися досвідом і взаємодіяти з аудиторією.

Головною соціальною метою створення та існування блогів є отримання та надання інформації, що є основною функцією блогу – інформаційною. Завдяки цій функції блоги дозволяють передавати різноманітну інформацію від відправника до одержувача або навпаки. Це нагадує функції документа, адже обидва інструменти виконують роль створення, документування та поширення інформації у часі та просторі.

Соціальна функція блогу є ще одним підтвердженням того, що блог можна вважати сучасним та неформальним документом. Вона дає можливість людині задовольняти свої соціальні потреби та змінювати свої погляди й цінності через взаємодію з іншими. Спільними рисами документа та блогу є наявність соціально значущої, завершеної інформації, що передає різні думки, знання та почуття від однієї людини до іншої. Це фіксування і збереження інформації, яка може поширюватися далі та задовольняти інформаційні потреби суспільства. Так само, як і документ, блог призначений

для передавання інформації, і саме комунікант визначає функції, які виконує цей інструмент у певній інформаційно-комунікаційній системі.

Блог можна розглядати через основні властивості документа, що визначають його значимість та функціональність:

- *атрибутивність* - наявність невід'ємних складових, без яких блог не може існувати. Блог не може функціонувати без:

- платформи* - блог існує лише на певній платформі, такій як WordPress, Blogger, або інші онлайн-ресурси;

- автора* – блог потребує творця, тобто блогера, який публікує матеріали;

- інформації* – блог неможливий без актуальної, корисної та правдивої інформації, яка є основою для комунікації.

- *функціональність*, головною метою та функцією блогу є передача інформації в часі та просторі, створення, фіксування і поширення даних. Це робить блог важливим інструментом для комунікації в сучасному світі.

Щоб блог був соціально важливим, потрібно, щоб його тематика була актуальною для суспільства, а надана інформація була точна, достовірна та оперативна. Ось основні властивості, що визначають значимість документа:

- актуальність тематики* - блог має бути пов'язаний з актуальними питаннями для суспільства або певної аудиторії.

- оригінальність закріпленого знання* - контент блогу повинен бути унікальним, додаючи нову цінність для читачів.

- точність і достовірність наведених відомостей* - інформація має бути перевіреною, щоб не вводити в оману читачів.

- оперативність фіксування і поширення* - блог має забезпечувати швидке реагування на події та тенденції.

- відповідність форми закріплення знання цілям створення документа* - форма, в якій представлена інформація, має відповідати меті блогу, будь то особисті роздуми, новини чи аналітика.

Перелічені властивості роблять блог важливим інструментом для передачі інформації і соціальної взаємодії в сучасному інформаційному просторі. [13, с.83].

Загалом, блог, як і документ, є важливим об'єктом соціальної комунікації, що забезпечує фіксування та поширення інформації в часі та просторі. Його можна розглядати як сучасний інструмент комунікації, який поєднує традиційні властивості документа з унікальними особливостями віртуального середовища.

Блоги часто називають *неформальною журналістикою*. Це поняття відображає подвійність їхньої природи: *свобода* вираження думок і *небезпека* через можливість поширення недостовірної інформації.

Варто визначити особливості блогів, які їх вирізняють з-поміж інших інформаційно-комунікаційних систем, та враховувати їх у подальшій діяльності і в науковому обігу:

- свобода володіння і контенту визначені тим, що будь-хто може створити блог і вільно обирати теми для публікацій;
- збір і обробка інформації, що дозволяє блогерам самостійно досліджувати, аналізувати і подавати інформацію у своїй унікальній формі;
- різноманітність тематики блогів, які охоплюють широкий спектр – від особистих переживань до глобальних суспільних питань.

Це основний, але не повний перелік характерних особливостей блогінгу, які варто враховувати під час використання інформації блогу та організації інформаційної діяльності з віртуальним контентом.

Окрім цього, у роботі з інформацією блогів варто враховувати і їх переваги як джерела інформації, до яких відносимо:

- *оперативність*, за рахунок чого новини та події часто з'являються у блогах раніше, ніж в офіційних ЗМІ;
- *формування громадської думки*, оскільки блоги вже зараз впливають на створення стійких суспільних позицій;

- *незалежність і креативність блогерів*, що сприяє розвитку унікальних проєктів і платформ, які виходять за межі традиційних медіа.

Сьогодні блоги не тільки виконують інформаційну функцію, але й стимулюють демократизацію інформаційного простору, розширюючи можливості для участі кожного у соціальній комунікації.

Загалом переважна більшість блогерів – звичайні громадяни, які мають що сказати, і не здатні писати тексти на актуальні теми. Блоги часто піднімають такі проблеми, яких традиційні медіа з тих чи інших причин уникають. Творці щоденників / блогів вдаються до використання нетрадиційної лексики і вживають нецензуровану інформацію про події, свідками яких вони стають. Наприклад, під час другого конфлікту в Іраку блогерам вдалося привернути увагу світової спільноти та надати альтернативну картину активних бойових дій. Один із них, Салам Пекс, навіть опублікував свої щоденникові записи у вигляді книги. Американські військові, які служили в Іраку, також повідомляли про події у так званих військових блогах.

Сьогодні інформаційні блоги мають потужний вплив на аудиторію, окремі є позитивними і корисними у повсякденному житті, оскільки чинять вплив на світогляд користувачів, виконують комунікативну функцію та в певній мірі спонукають до дій та вчинків. Мотиви звернення користувачів до блогів можна згрупувати за характерними особливостями і звести у вигляді таблиці (таблиця 2.2)

Таблиця 2.2 – Мотиви звернення до блогів

Мотиви	Відсоток
Інформування	55
Дозвілля та відпочинок	25
Поради та консультації	5
Спілкування з людьми	15

Можна зробити висновки, що блоги не сильно відстають від засобів масової інформації, адже 55 відсотків користувачів задля отримання інформації звертаються саме до блогів.

Пріоритет свободи доступу до інформації для медійних діячів гарантується Конституцією України, законами України «Про інформацію» [19], «Про медіа» [37], «Про доступ до публічної інформації» [38]. Сучасний блог – це також рух за свободу збору інформації. В Україні блогер має таку саму свободу доступу до інформації, як і всі громадяни.

На сьогодні в умовах активізації інформаційної діяльності у мережі інтернет та віртуалізації суспільного життя втратили чинність Закони України: Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні; Про телебачення і радіомовлення; Про інформаційні агентства; Про Національну раду України з питань телебачення і радіомовлення; Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації; Про захист суспільної моралі.

Висвітлення важливих аспектів ведення блогів у контексті свободи слова та їхньої ролі в інформаційній комунікації є вагомим механізмом інформаційної діяльності. Тут варто визначити основні характеристик блогу, які варто використати як пропозиції для вдосконалення блогінгу:

структура тексту – текст виглядає як набір окремих думок, які можна об'єднати в більш чітку послідовність (*спочатку говорити про проблему відсутності свободи слова, а потім переходити до переваг блогів*);

чіткість понять та категорій – потребують визначення дефініції *альтернативне чи особисте* в контексті блогів;

логічна узгодженість – зв'язок між різними тезами можна і варто підсилити (після опису проблем із веденням блогів у країнах без свободи слова варто плавно перейти до їхніх переваг у демократичних країнах);

стиль та грамотність – додатково приваблює читачів електронних щоденників, яке виступає логічною частиною попереднього пункту для вдосконалення блогінгу.

Блоги можна порівняти з електронними журналами, які стали важливим елементом документо-інформаційної комунікації. Вони є зручним інструментом для швидкого поширення новин, адже доступніші й значно дешевші у створенні, ніж традиційні медіа. Ці переваги роблять блоги привабливими для читачів, особливо в умовах цифрової епохи.

Блоги завжди були невід’ємною частиною революції, що відбувається у сфері інформаційних технологій. Вони мають значний вплив на суспільство, подібний до інших компонентів інтернет-комунікації та взаємодії. При вивченні впливу блогінгу на соціальні відносини та його ролі у розвитку спільнот планується використання інтеракціоністської теорії. Це дозволить дослідити, як ведення блогу впливає на взаємодію між членами спільноти й суспільства загалом, а також його роль у формуванні соціальних зв’язків та взаєморозуміння.

Таким чином, блоги впливають на сприйняття, оцінку та осмислення інформації їхніми читачами, створюючи значимий простір для певних прошарків суспільства. Вони вступають у конкурентну боротьбу з іншими засобами масової комунікації, ставлячи питання про те, кому належатиме провідна роль у сучасному та майбутньому інформаційному просторі. Зростання популярності електронних щоденників свідчить про їхню вагомість як медіа нового покоління, адже кількість блогерів і користувачів Інтернету продовжує зростати.

Як елемент документо-інформаційної системи, блоги вирізняються такими характеристиками: тематична універсальність, актуальність, оперативність, аналітичність, емоційність, безперервність, наступність і систематичність. Ці властивості забезпечують їм унікальне місце у процесі передачі соціальної інформації та сприяють їхньому подальшому розвитку як важливого інструменту сучасної комунікації.

РОЗДІЛ III

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БЛОГІНГУ ТА БЕЗПЕКИ ІНФОРМАЦІЇ

3.1 Особливості розвитку і використання сучасної блогосфери

Блогосфера – це унікальний соціальний простір, створений користувачами інтернету за допомогою платформ для ведення вебжурналів. Цей новітній термін позначає сукупність усіх існуючих блогів, формуючи особливий цифровий всесвіт. Завдяки відкритості та доступності, блогосферу часто порівнюють із масовою журналістикою, адже кожна людина може ділитися своїми думками та досвідом, публікуючи матеріали на будь-яку тему, яка її цікавить.

Однією з основних переваг блогосфери є її здатність слугувати потужним джерелом інформації. Блоги надають актуальні повідомлення у режимі реального часу, висвітлюючи події та ситуації в локальних громадах, які часто залишаються поза увагою великих інформаційних агенцій. Такий формат дозволяє поширювати інформацію, яку традиційні засоби масової комунікації не завжди можуть або хочуть охопити, збагачуючи загальний інформаційний простір і роблячи його більш різноманітним та інклюзивним.

Розвиток сучасної блогосфери значно впливає на розуміння та традиційну інтерпретацію публіцистичних жанрів. Жанр, як стійка форма тексту, зберігає своє основне призначення, але водночас набуває нових рис і характеристик, обумовлених сучасними реаліями. Онлайн-журналістика значною мірою змінила усталену систему жанрів, у якій раніше чітко розмежовувалися інформаційні, аналітичні та художні жанри.

Одним із важливих завдань сьогодення є дослідження тенденцій розвитку публіцистичних жанрів і трансформації їхніх форм у цифрову епоху. Блогосфера, як ключовий елемент сучасної медіасфери, сприяє формуванню багаторівневої жанрової системи. У блогах межі між жанрами стають менш визначеними, а використання мультимедіа, гіпертекстуальності

та інтерактивних елементів дозволяє поєднувати кілька жанрів у межах одного тексту, створюючи нові формати сприйняття інформації.

У контексті стрімкого розвитку медіатехнологій та інтернет-комунікацій вивчення сучасних публіцистичних жанрів є важливим не лише для їхньої класифікації, а й для розуміння потенціалу нових жанрових форм. Це дозволяє успішно адаптувати жанрові особливості до нових форматів текстів, сприяючи ефективному спілкуванню та використанню цих текстів у різних сферах інформаційної діяльності.

Блоги, як об'єкт окремого дослідження, відображають сучасні зміни та тенденції, що відбуваються в медіасфері. Вони акцентують увагу на появі нових жанрів і підтверджують значущість документально-інформаційної комунікації у блогосфері, яка викликає великий науковий інтерес.

Порівняння жанрового складу матеріалів друкованого видання газети «Високий замок» та блогів цього ж видання демонструє суттєві відмінності. У друкованих матеріалах жанрова структура зазнала певного коригування, що пояснюється внутрішньою диференціацією жанрів, характером об'єкта відображення, стилістичними засобами та рівнем сприйняття аудиторії.

На відміну від друкованих медіа, які дотримуються усталених вимог щодо роботи з жанрами, блоги демонструють більш вільний підхід. Блогерство можна розглядати як трансформацію жанру: тут відчувається свобода автора у викладі, суб'єктивність та переважання розповіді від першої особи. Такий підхід створює ефект близькості між автором і аудиторією, підсилюючи емоційний зв'язок і забезпечуючи інтерактивність у сприйнятті контенту.

На відміну від блогів, матеріали класичного друкованого видання демонструють чітку традиційну структуру й однорідність публіцистичних жанрів за композицією. Основну частину контенту друкованого періодичного видання складають інформаційні повідомлення у форматі нотаток, репортажів та різновидів прес-інтерв'ю. Це свідчить про збереження традиційних жанрових форм у друкованих медіа.

Натомість блоги сприяють розвитку нових жанрів і суттєво впливають на трансформацію та дифузію існуючих жанрових меж. Вони руйнують загальноприйняті жанрові стандарти, поєднуючи в собі елементи довідки, коментаря, рецензії, листування, репортажу чи бесіди. Незважаючи на те, що блоги часто не претендують на визначення жанрової належності, вони створюють умови для активної деканонізації жанрів, відкриваючи простір для нових підходів і форм публіцистики.

Можливості вільного висловлення, які надає інтернет, значно перевершують ті, що доступні навіть у найбільш незалежних медіа. Монополія на так звану «четверту владу» — контроль над інформаційними потоками — поступово втрачається державами, корпораціями і медіа-магнатами завдяки доступності та відкритості цифрового простору. Цю тенденцію вдало підкреслила Хіларі Клінтон у своєму вислові: «Коли ти в інтернеті, тобі не потрібно бути олігархом чи рок-зіркою, щоб мати великий вплив на суспільство» [24].

Активність у блогосфері, і у теорії і на практиці, робить «четверту владу» доступною для кожного охочого. Створити блог можна без фінансових вкладень і навіть без розкриття власної особистості, залишаючись анонімним. Успіх і вплив такого блогу залежать виключно від ініціативи та таланту його автора: чи зможе він привернути увагу аудиторії та вплинути на її думку. Саме тому блогосферу часто називають «віртуальним публічним простором початку двадцятого століття» [24, с. 14]. У блогах спостерігаємо виражену відкритість, яку не можуть собі дозволити традиційні медіа. Блогосфера характеризується тональністю, яка, м'яко кажучи, є щирою та емоційно насиченою. В Україні блогосфера почала активно розвиватися в період з 2005 по 2006 роки. До цього часу блоги здебільшого використовувалися як спосіб спілкування з близькими друзями, зокрема з тими, хто знаходиться за кордоном.

Блогери та дослідники одностайно визнають, що процес поширення блогерської активності в Україні був потужним. Однак на цей процес суттєво

вплинули й специфічно українські чинники, зокрема події «помаранчевої революції». Виникнення і розвиток зародкової форми українського громадянського суспільства отримало важливий поштовх, а найбільш прогресивна частина населення, що використовує інтернет, активно підтримала ці зміни. Розвиток української блогосфери був настільки інтенсивним, що протягом кількох років він майже наздогнав розвинені країни, де блогінг був популярним набагато раніше.

Українська блогосфера вступила у другу фазу розвитку, наближаючись до світових тенденцій, коли медіа почали активно звертати увагу на блогосферу. Зокрема, про цей процес пише Д. Карпф: «Як тільки блогінг набув достатнього визнання, щоб його сприймали всерйоз, медійні та політичні інституції також впровадили цю технологічну новинку. Великі медіа-організації почали наймати блогерів на повний робочий день, аби ті створювали контент для їхніх інтернет-ресурсів. Політичні кампанії, бізнес та різноманітні групи інтересів почали додавати блоги на свої сайти, а нові системи керування контентом зробили блогінг невід'ємною частиною оновленого дизайну веб-сайтів» [9].

Від загальних світових тенденцій не відстають і українські медіаресурси. Не дивно, що близько 34 відсотки блогерів розглядають свій блог як форму інформаційної діяльності в інтернеті [24]. Американський дослідник Д. Гілмор як один із піонерів блогерства, назвав ведення блогів «народними новинами для людей». Він придумав такі визначення незалежних інтернет-письменників: громадянські журналісти та публічні журналісти.

Блогери є активними представниками громадянського суспільства, здійснюючи контроль за діями влади, тоді як традиційні медіа більше орієнтовані на інформаційні та волонтерські ініціативи. Безперечною перевагою блогосфери в інформаційному просторі є її здатність миттєво реагувати. Блоги забезпечують можливість отримувати термінові новини та оперативно висвітлювати події. Одним з яскравих прикладів є публікація репортажів у блогах про воєнні події в Україні 2022 року, де публікувалися

свіжі фотографії з місця подій в режимі майже реального часу. Блогосфера як і соціальні мережі значною мірою взяли на себе функцію інформування. Загальні настрої недовіри до традиційних засобів масової комунікації та медіа збільшили увагу суспільства до незалежних блогерів, які беруть на себе завдання подолання соціальної дезорієнтації та формування об'єктивної картини подій.

3.2 Використання блогу як засобу документно-інформаційної комунікації

Дослідження контенту блогів в Україні та поява нових медіапрофесіоналів – блогерів, які прагнуть отримати статус офіційної медійної професії, потребують окремого теоретичного та практичного осмислення. Це підкреслює важливість дослідження ідентичності блогів та блогерства як складової частини документно-інформаційних систем. Блоги стали потужним засобом комунікації і стають масовими, коли їх аудиторія перевищує тисячу читачів.

Головні переваги блогів як джерела та інструменту документування інформації полягають у тому, що вони мають здатність формувати громадську думку і часто публікують новини набагато швидше, ніж офіційні медіа. Кожен, хто має бажання і думку, може вести блог, використовуючи для цього інтернет, соціальні мережі або інтернет-медіа.

Більшість блогерів не є професійними медійниками, а представляють різні професії, бажаючи спілкуватися і висловлювати свої думки з приводу того, що вони роблять. Зміст блогів можна вважати особливим різновидом документно-інформаційної комунікації — це специфічний вид творчості, який можна назвати блогерством. Якщо інформація чи думка блогера не є цікавою, або не має соціальної значущості, тобто не відповідає актуальним проблемам певної соціальної групи, такий блог приречений на забуття. Популярність блогу часто залежить від точності оцінок, чіткості думок, актуальності позицій і стилю викладу, який здатен вразити аудиторію.

Позиція улюбленого блогера часто збігається з поглядами сотень тисяч його прихильників.

Блогери створюють нові медійні напрямки, які визначають подальший розвиток блогів в інформаційному просторі та сприяють еволюції документно-інформаційних комунікацій. Блогосфера використовується не тільки для самовираження авторів, а й для досягнення професійних цілей.

Щодо джерел інформації, соціальні мережі залишаються лідером серед джерел новин для українців: 62 відсотки використовують їх для отримання новин. Телебачення посідає друге місце з 52 відсотками (рис. 3.1).



Рисунок 3.1 – Показники споживання інформації медіа

Ведення блогів має численні переваги перед іншими засобами документно-інформаційної діяльності з точки зору реалізації демократичних свобод. Блоги, що базуються на перевірених джерелах інформації, демонструють високу культуру вмісту.

Зміст блогів можна поділити на два основні класи: персональні блоги і тематичні блоги. Існують також так звані блоги-відлюдники, які не пов'язані з жодними блогерськими асоціаціями, хоча водночас є й мережі блогів. Доречним тут є визначення С.М. Квіта щодо специфіки розвитку блогінгу: «Одна з основних сучасних тенденцій розвитку тематичних блогів — це інтеграція в мережі для спільного просування. Під одним брендом легше збільшити читацьку аудиторію, прибуток, індекс цитування тощо» [13].

Блогери часто документують сенсаційну та ексклюзивну інформацію, ставши справжніми ньюсмейкерами. Блоги, що є цінними та заслужено довіреними джерелами, часто цитуються традиційними медіа в їхніх

публікаціях. Блог можна створити будь-кому, і процес реєстрації практично не відрізняється від створення звичайної електронної поштової скриньки. На практиці сьогодні у світі щосекунди з'являються нові блоги.

Інтернет є безмежним інформаційним ресурсом, що надає величезну перевагу перед іншими видами документо-інформаційних комунікацій. Саме інтернет привертає великий інтерес аудиторії, чия кількість та якість постійно зростають завдяки захопленням відгукам та фідбекам читачів. Важливо також, що за демографічними показниками постійну аудиторію інтернету складають переважно заможні люди з вищою освітою, в той час як якість постійної аудиторії радіо та телебачення значно нижча.

Тенденції розвитку блогінгу, блогерства та блогосфери в Україні стикаються з кількома проблемами, зокрема порушенням авторських прав, етичних норм і хаотичним викладом інформаційних матеріалів. Однак існують і переваги: блоги стали каталізатором розвитку документно-інформаційних комунікацій, громадської журналістики, соціальної активності українців, свободи слова, а також сприяють розвитку економіки та комерції країни. Така тенденція має надихати громадські та міжнародні організації, які визначають пріоритетні напрями діяльності. Варто відмітити, що необхідне покращення діяльності в сфері документно-інформаційних комунікацій та підвищення рівня розвитку інтернет-блогінгу в контексті влади та держави, які є ключовими механізмами інформаційного впливу в Україні, гарантією її інформаційної безпеки в умовах війни і протидії агресії росії з боку північних та східних кордонів і на всій території України. Сьогодні блоги виступають потужними продуцентами і засобами документування інформації, а також важливими кореляторами мережевих інформаційних потоків.

3.3. Збереження масової інформації у контексті розвитку блогінгу

Кожен громадянин України, а також ті, хто проживає за її межами, прагнуть більше знати та краще розуміти сучасну ситуацію, що відбувається

на території країни. Особливо важливо стежити за ходом війни та динамікою бойових дій і їх інформаційним супроводом. Кожен користувач прагне отримати актуальну інформацію і дізнатися важливі новини про стан справ як на фронті, так і на окупованій частині і в самій країні загалом. В Україні є багато державних та незалежних медіа, які активно висвітлюють події в країні та мужньо протистоять пропагандистській машині ворога.

Сучасна війна ведеться не лише на полі бою, а й на фронті громадської думки, як внутрішньої, так і міжнародної. Це зумовлює розвиток інформаційних війн, в яких беруть участь як агресор, так і жертва, прагнучи виправдати та легітимізувати свою боротьбу, а також пристосувати ситуацію до своїх інтересів.

В Україні війна триває не лише на фізичних кордонах країни, а й в інформаційному просторі. У цій боротьбі беруть участь всі, хто має доступ до інтернету – від традиційних медіа та політиків до блогерів і кожного громадянина України. Усі виступають воїнами інформаційного фронту. Медіа стали зброєю, а активна діяльність у інформаційному просторі – це «інформаційні кулі». Багато західних медіа заявляють, що Україна домінує в «інформаційній війні» на більшості світових територій, за винятком Китаю та Росії [34].

Створення сильних наративів, активна діяльність у соціальних мережах, розуміння роботи медіа та щирі емоційні звернення і заклики про допомогу стали основою такої уваги, підтримки та співпереживань з боку всього світу. Наприклад, у своєму блозі в соціальній мережі Instagram (@zelenskiy_official, 15,5 млн підписників) Президент України активно висвітлює події в країні, публікує свої звернення, досягнення та заклики про допомогу. В умовах війни Володимир Зеленський є не лише лідером держави, а й впливовим лідером громадської думки.

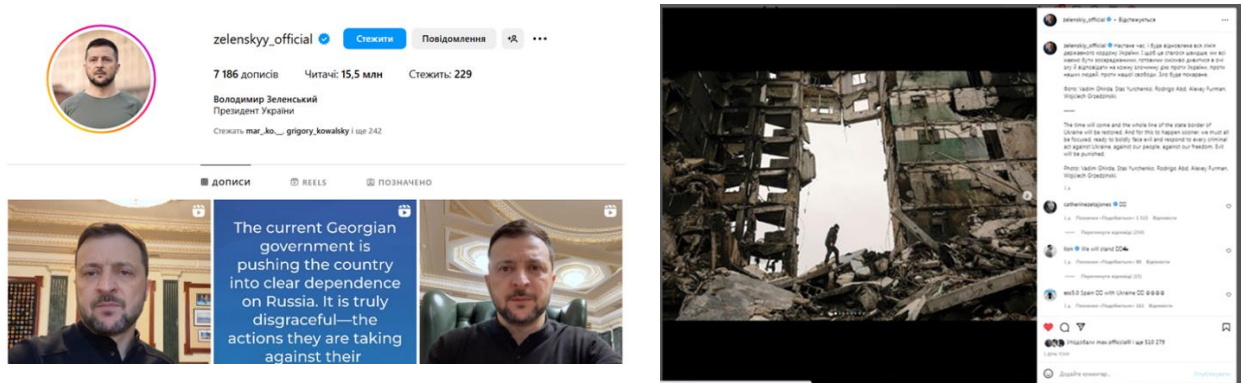


Рисунок 3.2 – Приклад блогу офіційної особи

До прикладу можна продемонструвати інформативність блогу як засобу документо-інформаційної комунікації зі сторінки прем'єр-міністра України Д. Шмигала (рис. 3.2.).



Рисунок 3.2 – Приклад блогу державних працівників

Державний посадовець не лише висвітлює дійсність у своєму блозі, а ще й співпрацює з багатьма незалежними медіа, блогерами та громадськими діячами і державними посадовцями, інформація якого через повідомлення чи інтерв'ю поширюється на загал та активно використовується іншими медіа у їх професійній діяльності.

Також прикладом поєднання інформаційної діяльності, медіа та блогерства є український журналіст – Дмитро Гордон (@gordondmytro 1 млн. підписників) (рис. 3.3). Журналіст активно веде свої медіаканали, регулярно публікує цікаві інтерв'ю з українськими політиками, спілкується з мерами

міст, серед яких Віталій Кличко (Київ), Віталій Кім (Миколаїв), Владислав Атрошенко (Чернігів), Ігор Терехов (Харків). Також його гостями було багато російських громадських та політичних діячів, що сьогодні солідарні з українським народом, підтримують Україну та транслюють правдиву інформацію про події в Україні. Серед них: Олександр Невзоров, Євген Чечваркін, Вахтанг Кікабідзе, Віктор Шендерович, Андрій Макаревич, Михайло Ходорковський та багато інших. Усю інформацію журналіст розміщує у соціальних мережах Instagram, YouTube та Telegram. Війна відбувається на усіх фронтах.

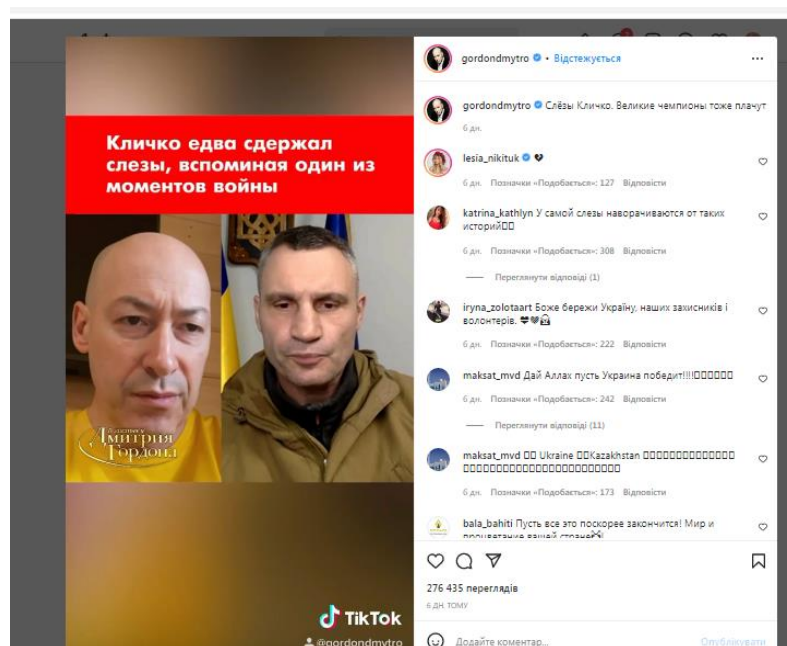


Рисунок 3.3 – Приклад блогінгу відомої медійної особи

Активну інформаційну діяльність сьогодні провадять військові, які прийняли цей виклик, та на регулярній основі публікують актуальну інформацію, записують чіткі та послідовні повідомлення, а також відео звернення. Їх підтримала значна кількість активних громадян, що на своїх сторінках блогів публікують та документують військові злочини та звірства путінської армії. Варто відзначити активізацію громадської діяльності в умовах війни студентської молоді, що розгорнули потужну роботу і стали частиною інформаційного війська використовуючи свої сторінки у соціальних мережах для поширення інформації про реальність XXI століття в

Україні, фіксуючи у мережі факти злочинів та звірств російської путінської армії та російського суспільства загалом.

Філолог та перекладач Ростислав Семків, який щодня перекладає звіти австрійського військового аналітика Тома Купера, зазначає, що наявність військових блогерів в інформаційному просторі, які подають альтернативну точку зору на події в країні, є підтвердженням того, що офіційні джерела викладають правду і не маніпулюють інформацією (рис. 3.4).

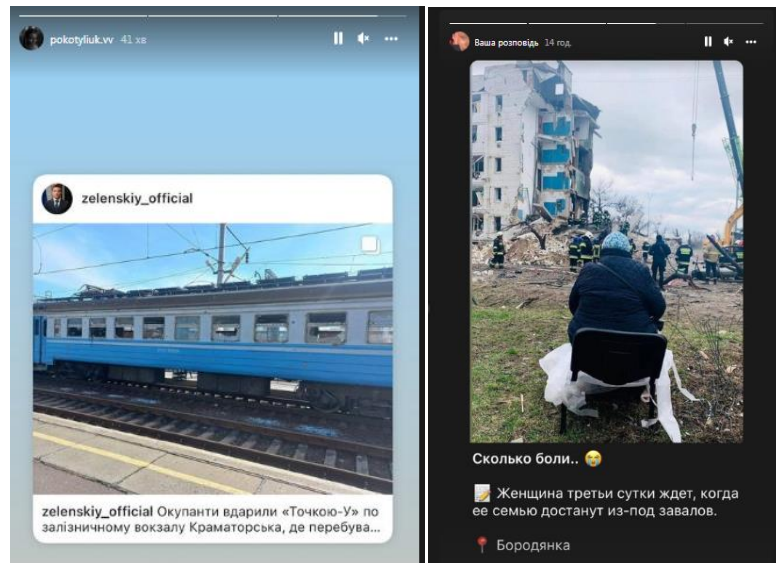


Рисунок 3.4 – Документування реальності та зберігання інформації

Автор зазначає, що військових блогерів варто читати для глибшого аналізу та розуміння контексту подій. «Ми можемо отримати факти, читаючи офіційні джерела, яким довіряємо, про те, що відбулося, але для узагальнення картини необхідно звертатися до аналітиків», — говорить Р.Семків. Том Купер, автор численних книг, який тривалий час висвітлює і аналізує конфлікти на Близькому Сході та в Африці, добре обізнаний з розвитком подій у Сирії. Зараз він ставить українську війну в контекст інших світових військових конфліктів, що дозволяє йому проводити порівняння та робити висновки. Купер переконаний, що російська армія вже не здатна здобути перемогу, тоді як українські сили досягають усе більших успіхів, і перемога України вже близько [33].

Прикладом такого блогу є сторінка військового Валерія Маркуса (@valerii_markus 475 тисяч підписників), який виступає автором цифрового

контенту і активним дописувачем повідомлень про воєнні події та стан справ у військово-інформаційному середовищі (рис. 3.5).

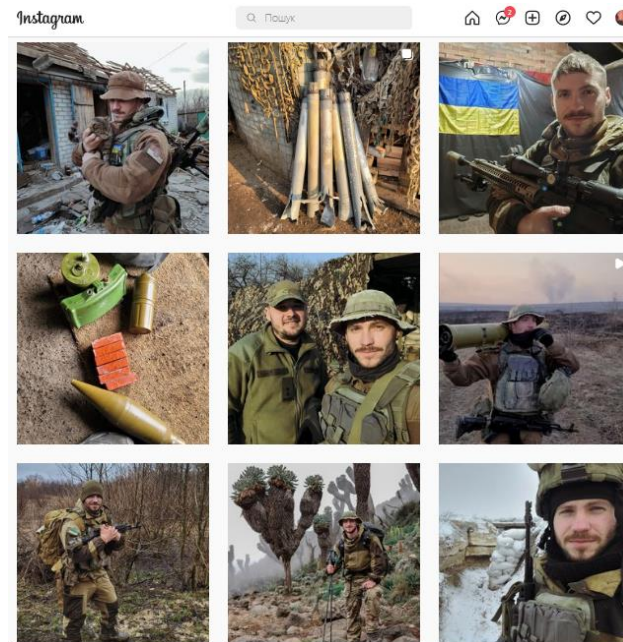


Рисунок 3.5 – Документування воєнної інформації

Військовий захищає державність нашої країни ще з 2014 року. Окрім цього активно веде соціальні мережі, інформує читачів та громадськість, співпрацює з медійниками задля популяризації першоджерела.

Воєнна тематика в інформаційному просторі України сьогодні є пріоритетом, багато новітніх медіа у різних формах і проявах долучаються до такої діяльності. Блогінг в умовах війни в Україні набуває нового змісту та отримує важливу місію документування та інформування громадськості.

3.4 Інформаційна зброя в умовах розвитку українського суспільства

На захист державності України стали усі громадяни, реалізуючи різноманітні тактичні та технологічні форми протидії російському агресору. З початку повномасштабного вторгнення росії на територію України українські блогери зуміли об'єднати свої зусилля в інформаційній боротьбі та створили свою власну так звану «армію блогерів». Інформаційне суспільство потребує активної протидії в умовах інформаційного протистояння та використання новітніх технологій впливу на громадськість.

Інформаційні пости різноманітних соціальних мереж стали важливими джерелами новин для українців. Такий стиль ведення соціальних мереж став характерним для більшості українських блогерів. Сьогодні можна говорити про спеціалізацію блогосфери та професійне вдосконалення роботи соціальних медійників які публікують актуальні новини, інформацію про необхідну допомогу, закликають до волонтерства, надають підтримку постраждалим та створюють платформи спільноті. Координація роботи відбувається навколо створення якісного контенту, грамотного написання постів та ретельного висвітлення реалій війни в Україні. Інформаційний посил блогінгу адресовано не лише російським громадянам та їх владі, а й до всього цивілізованого світу. Блогери ефективно відбивають інформаційні атаки ворога, реалізують стратегію та тактику ведення інформаційної війни.

За час ведення активної війни продемонстрували свої вміння багато активістів інформаційної боротьби. На підставі їх діяльності інформаційні ресурси провели рейтингування і визначили рейтинг впливових воєнних блогерів. До списку переможців найвпливовіших воєнних блогерів увійшли журналісти, ветерани та чинні військовослужбовці. Із кінця серпня 2024 року на порталі The Page тривало голосування в рейтингу воєнних блогерів. Загалом до лонглиста увійшли чинні та колишні військовослужбовці, ветерани та деякі цивільні, що концентруються на воєнній тематиці і які мають не менше ніж 50 тис. підписників у соцмережах Facebook, Instagram, Telegram, X або YouTube. Кілька учасників не дотягувало за цим показником, але їх було додано до лонглиста. Ще кілька кандидатур увійшли до голосування за підказкою читачів. За підсумками рейтингу блогерів, яких найчастіше читають і яким довіряють можна назвати топ-5 рейтингу воєнних блогерів: Олексій Петров (позивний «Кіт») став популярним блогером у Facebook, сьогодні активно розвиває свій YouTube канал (рис. 3.6). Автор книги «Кава з присмаком попелу» про події 2014-2015 років у Маріуполі та на фронті. Також входив до складу групи, метою якої було побудувати для українських військовослужбовців комфортні гуртожитки. З початком

повномасштабного вторгнення повернувся на фронт, приєднавшись до десантно-штурмових військ.

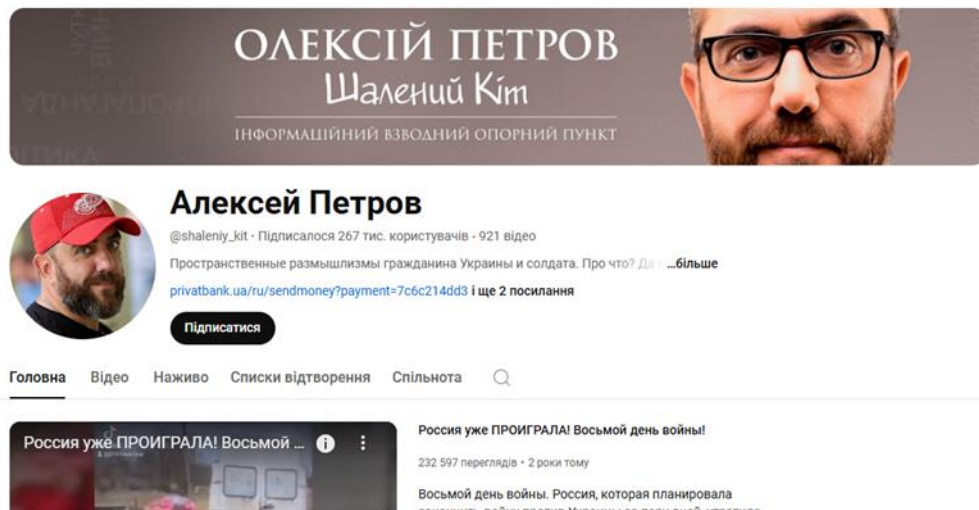


Рисунок 3.6 – Приклад каналу громадського активіста

Юрій Бутусов, як головний редактор інформаційного видання «ЦензорНЕТ». З початком великої війни став часто виїжджати на передову, щоб висвітлювати події на фронті. Його YouTube-канал «Бутусов Плюс» вже зібрав аудиторію понад 1,1 млн підписників.

Профіль у Facebook Олександра Карпюка (Serg Marco) налічує понад 70 тис. підписників. У 2016 році під псевдонімом Серж Марко Карпюк видав книгу «Хроніка гібридної війни». Наразі 59 окрема мотопіхотна бригада імені Якова Гандзюка, де вже майже два роки служить Карпюк, захищає найгарячіший Покровський напрямок на Донеччині.

Костянтин Машовець – координатор групи «Інформаційний спротив», експерт Українського центру дослідження проблем безпеки ім. Дмитра Тимчука, полковник запасу. Активно веде телеграм-канал, де зібрав 70 тис. підписників.

Власний телеграм-канал Boshkala_WAR, а також канал на YouTube веде Роман Бочкала. У 2013 році став співзасновником ТОВ «Інформаційне агентство «Стоп корупції ТВ». З 2014 року висвітлює війну в Україні.

Також до топ-10 рейтингу увійшли: Анатолій Штефан (Штірліц) – блогер, що висвітлює події війни, полковник Збройних сил України; Тарас

Березовець – політтехнолог, журналіст, телеведучий, політичний коментатор, офіцер ЗСУ; Роберт Бровді (Мадяр) – командир окремого полку безпілотних систем; Валерій Прозапас – політик та офіцер ЗСУ; Олександр Коваленко – письменник, військово-політичний оглядач «Інформаційний спротив» [39].

Цікавою є інформацію рейтингу (за 2024 рік) YouTube-блогерів із найбільшою кількістю підписників, які публікують контент на тематику, пов'язану з війною (рис. 3.7).



Рисунок 3.7 – Рейтинг YouTube-блогерів

Варто зауважити, що більшість блогерів обрали сферу своєї діяльності задля журналістської реалізації у новітніх умовах, розвитку своєї політичної кар'єри та впізнаваності, впливу на владу та розвитку опозиції. Тут варто враховувати різноманітні складові їх популярності, рівень подачі інформації, створення контенту, інформаційний шум та інші складові комерціалізації інформаційної діяльності в умовах віртуалізації медійної діяльності.

Широкою популярністю користується блогінг-медіа платформа TikTok. Така популярність зумовлена активізацією інформаційного життя, швидкістю створення інформаційних повідомлень, боротьбою за читача, кліповим мисленням та не бажанням критично мислити і аналізувати інформацію. На сьогодні користувач потребує повної картинки інфоприводу, не вдаючись до першоджерела. Такі тенденції становлять загрозу інформаційному простору України та потребують активних дій з боку держави.

До страшного ранку 24 лютого вважалось, що соціальна мережа TikTok є розважальною. Блогери на своїх сторінках почали розміщувати інформацію на воєнну тематику. Найпопулярнішим хештегом у TikTok став #Ukraine. Відео та фото подій війни збирають понад 1,5 млрд. переглядів щоденно. У своїх блогах молодь документує та поширює інформацію про злочини російської армії та країни агресора.

До прикладу, Валерія, дівчина родом із Чернігова, до війни працювала фотографом та успішно розвивала свій блог у соціальній мережі TikTok. Сьогодні на сторінці дівчини багато відео того, що відбувається в її рідному Чернігові. Її ролики набирають чималу кількість переглядів, від 1 до 18 мільйонів. В своїх відео блогерка фіксує усі ті жахи, що творить армія агресора, усі зруйновані лікарні, будинки та усю інфраструктуру міста Чернігова. За сторінкою дівчини спостерігають мільйони людей з усього світу і бачать реальну картину того, що відбувається в нашій країні.

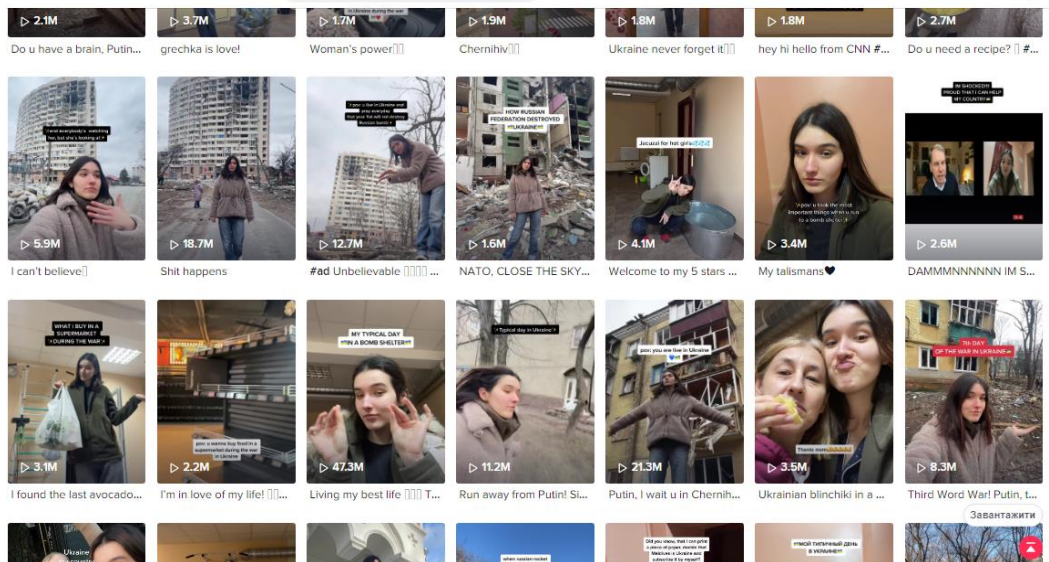


Рисунок 3.9 – Документована інформація в сучасному сприйнятті

Українські блогери розповідають та поширюють правду про війну. Прикладом такого блогу є також Яна Дога (yanadoga). Дівчина є однією з найпопулярніших українських блогерів у TikTok, її аккаунт налічує 11,4 мільйони користувачів. Раніше контент дівчини складав смішні відео та події з повсякденного життя. Сьогодні ж ці відео замінилися на відео з кадрами подій з України та її рідного Києва. Інформація із блогу Яни поширюється з неймовірною швидкістю, уся ця інформація розповсюджується на мільйони підписників.

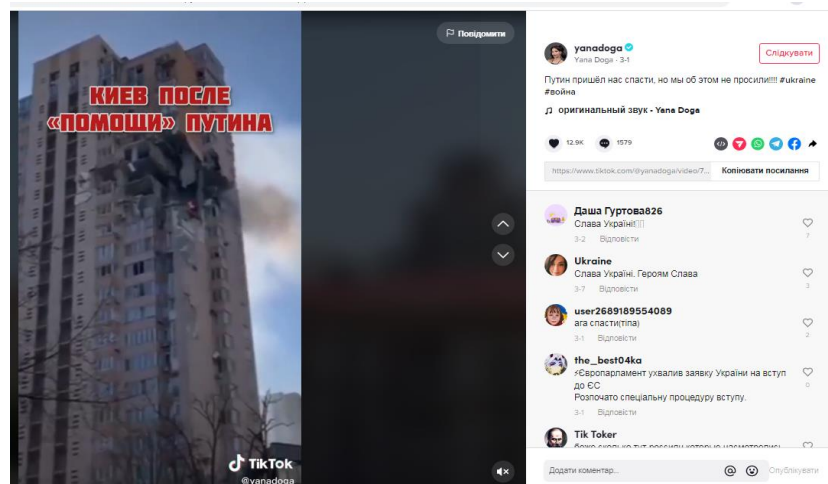


Рисунок 3.10 – Фіксування інформації та збір даних

Тенденції розвитку блогінгу та безпеки інформації відображають важливі зміни у сфері медіа та інформаційних технологій. З розвитком інтернету блогінг став не лише способом самовираження, а й потужним

інструментом для поширення новин, думок, а також формування громадської думки. Проте з цими можливостями виникають і певні виклики, зокрема в сфері інформаційної безпеки, які можна визначити наступним чином.

Зростання популярності соціальних мереж на сьогодні є безумовним фактом. Соціальні медіа стали основними платформами для блогерів, що дозволяють не лише публікувати контент, а й активно взаємодіяти з аудиторією. Платформи на зразок Instagram, Twitter, TikTok і Facebook активно впливають на розвиток блогінгу.

Сьогодні спостерігаємо поступовий *перехід до професіоналізації*. Блогери все більше стають частиною медіаіндустрії, працюючи в команді з іншими медійними професіоналами, зокрема редакторами та аналітиками. Це перетворює блогінг на бізнес, де популярність блогера залежить від кількості підписників, взаємодії з аудиторією та монетизації контенту.

Неодмінною умовою розвитку є *інтеграція з традиційними медіа*. Блогери активно працюють з традиційними медіа, забезпечуючи швидке і правдиве висвітлення подій, зокрема у кризових ситуаціях. Вони стають важливими джерелами новин і аналізу.

Зростаюча роль у політичних та соціальних процесах зумовлена високими показниками охопності аудиторії та рейтингу блогерів. Блогери часто беруть активну участь у політичних кампаніях, соціальних ініціативах, громадських рухах, формуючи громадську думку і мобілізуючи людей.

У сучасних умовах незмінною залишається потреба гарантування захисту інформації та важливості безпеки інформації в інтернет просторі.

Найбільш актуальною проблемою сьогодні є *загрози кібербезпеки*. Оскільки блогери публікують значні обсяги інформації, існує ризик її маніпулювання або крадіжки. Хакери можуть викрадати особисті дані або поширювати фейкову інформацію, що вимагає посиленої уваги до кібербезпеки.

Контроль і модерація контенту в умовах комерціалізації інформаційної діяльності. Інтернет-ресурси, на яких ведеться блогінг, часто піддаються

цензурі або модерації, що може обмежувати свободу вираження думок. Проблеми з фальшивими новинами, дезінформацією та маніпуляцією інформацією також можуть створити виклики для безпеки інформації.

Вдосконалення інформаційної війни потребує *захисту від фейкових новин*. Оскільки блогери можуть поширювати новини, що не завжди перевіряються належним чином, це може призвести до маніпуляцій та дезінформації. Критично важливим є розвиток перевірених джерел інформації та відповідальність блогерів за достовірність публікацій.

Досить гостро сьогодні постала проблема визначення *правової відповідальності та дотримання норм авторського права*. В умовах розвитку блогінгу важливо враховувати питання авторського права. Порушення цих норм може призвести до правових наслідків, а також до втрати довіри до блогерів і їх контенту.

Загалом, тенденції розвитку блогінгу сьогодні поєднують зростаючу професіоналізацію цього виду діяльності з необхідністю забезпечення безпеки інформації, захисту від маніпуляцій і кіберзагроз, а також боротьби з дезінформацією.

ВИСНОВКИ

Інформаційна сфера останнього десятиліття пережила значні трансформації завдяки інтеграції різних способів комунікації в інтерактивні інформаційні мережі. Об'єднання текстів, зображень, символів та звуків у глобальній мережі, забезпечене доступним і недорогим доступом до інтернету, призвело до кардинальних змін у характері соціальних комунікацій. Ці зміни не лише розширили можливості для комунікації, але й створили нові формати взаємодії, де кожен користувач може стати не тільки отримувачем, але й активним творцем контенту. Такі технологічні інновації сприяли розвитку нових форм медіа, включаючи соціальні мережі, блоги та інші інтерактивні платформи, що значно змінили способи поширення і сприйняття інформації в суспільстві.

Завдяки доступу до глобальної мережі, користувачі можуть миттєво отримувати і поширювати новини, висловлювати думки, ділитися досвідом та ініціювати соціальні рухи, що сприяє демократизації інформаційного простору. Водночас це сприяло виникненню нових викликів, таких як поширення дезінформації та необхідність контролю за етикою та правами на інформацію. Таким чином, інтеграція різних інформаційних форматів у глобальній мережі стала ключовим фактором для змін у сучасних соціальних комунікаціях.

Блогінг як інструмент документно-інформаційної комунікації відіграє важливу роль в сучасному інформаційному просторі. Він став потужним засобом передачі інформації, формування громадської думки і документування подій у реальному часі. Завдяки швидкості поширення контенту та доступності платформ, блогінг дозволяє передавати інформацію в найкоротші терміни, що є особливо важливим під час кризових ситуацій або військових конфліктів.

Еволюція блогосфери та її інтеграція в медіапростір переживає процес професіоналізації, що полягає в інтеграції блогерів у традиційні медіаінститути. З'являються нові медіа-професії, такі як медіа-менеджери, аналітики, які працюють з блогерами для створення якісного та перевіреного контенту. Така інтеграція підвищує якість інформації та забезпечує більшу відповідальність за публікації.

Роль блогів у формуванні громадської думки та соціальної активності продовжує зміцнюватися та отримувати нових користувачів. Блоги мають значний вплив на формування громадської думки, особливо в умовах політичних і соціальних змін. Блогери активно висвітлюють актуальні проблеми, займаються соціальними ініціативами, підтримують волонтерські рухи і допомагають вирішувати важливі соціальні питання. Вони можуть мобілізувати громадян для активної участі в політичному, економічному та соціальному житті.

Технологічні інновації чинять суттєвий вплив на подальше вдосконалення блогінгу. Використання новітніх технологій, таких як штучний інтелект для аналізу даних, автоматизація процесів поширення контенту, створення інтерактивних платформ для комунікації з аудиторією, значно розширює можливості блогерів. Блоги можуть функціонувати як мультимедійні центри, де відео, тексти, інфографіка та інші формати контенту об'єднуються для донесення інформації до максимально широкої аудиторії.

Виклики та проблеми блогінгу в документно-інформаційній комунікації визначено специфікою документування цифрової інформації. Однією з основних проблем є питання достовірності інформації. У зв'язку з відкритим доступом до блогосфери, часто публікуються неточні або неперевірені дані, що може призводити до поширення дезінформації або маніпуляцій. Також залишається актуальним питання авторського права та етики блогерів, що повинні бути готові до відповідальності за поширювану ними інформацію.

Перспективними напрямками розвитку блогінгу є поширення контенту, залучення нових користувачів, віртуалізація нових складових соціальної взаємодії у суспільстві та вплив на розвиток держави. Блогінг має перспективи розвитку як важливий інструмент для поширення інформації та організації документно-інформаційних комунікацій. Очікуваним результатом є подальша інтеграція блогів у професійні медіа-системи, розвиток нових платформ і форматів, які дозволяють більш ефективно взаємодіяти з аудиторією. У майбутньому, блогінг стане ще більш значущим інструментом для документування подій та створення інформативних архівів, які можуть бути використані для наукових, історичних та правових цілей.

Для подальшого розвитку блогінгу в документно-інформаційній комунікації необхідно розвивати співпрацю між блогерами та традиційними медіа для підвищення якості контенту та достовірності інформації; створювати механізми для перевірки та підтвердження інформації, щоб запобігти поширенню фейкових новин; підвищувати рівень медіа-освіти серед блогерів, аби вони відповідально ставилися до свого контенту; розробляти інноваційні технології для покращення ефективності комунікації та взаємодії з аудиторією.

Блогінг має величезний потенціал для подальшого розвитку в сфері документно-інформаційних комунікацій, а його вплив на сучасне інформаційне суспільство не можна переоцінити. В умовах інформаційних воєн та глобалізації блогери стають важливими учасниками в процесах формування громадської думки та забезпечення доступу до інформації. Водночас, необхідно враховувати виклики, пов'язані з достовірністю інформації та безпекою контенту.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Батаєва К.В. Соціальна візуалістика і медіа-візуальність. К. : Кондор, 2017. 343 с.
2. Блогінг як захоплення, блогінг як самоціль, блогінг як інструмент. Українська блогосфера. 2011. 14 квітня. URL: <http://blogosphere.com.ua/2011/04/14/whatisblogging-for-you/>
3. Брыжко В.М., Цимбалюк В.С., Орехов А.А., Гальченко О.Н. Е-будущее и информационное право. К.: Интеграл. 2002. 264 с.
4. Бусол О. Основні риси контролю за національним інформаційним простором Королівства Велика Британія. URL: http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=2961:osnovni-risi-kontrolyu-za-natsionalniminformatsijnim-prostorom-korolivstva-velikabritaniya&catid=8&Itemid=350.
5. Використання соціальних мереж. Pew Research Center. URL: <https://www.pewresearch.org/>
6. Гаталяк М. Особливості блогу як інтернет-жанру. URL: <https://eprints.oa.edu.ua/5990/2/7.pdf>
7. Гвоздєв В.М. Блогінг як вияв і знаряддя громадянської журналістики. Вісник Львівського ун-ту. Львів : Львівський університет, 2013. Вип. 38. С. 469–476.
8. Голубовський Р. місцева жовта преса. URL: <http://blog.golubovsky.com/chuck-norris-ontario/#more-3968>
9. Гордон Д. [@gordondmytro]. Instagram: відео. Дата публікації 15.04.2022. URL: <https://instagram.com/gordondmytro?igshid=YTM0ZjI4ZDI>
10. Городенко Л. новітні медіа: мережеві інформаційно-комунікаційні ресурси; [монографія]. Київ : Академія української преси, 2010. 172 с.
11. Городенко Л. Теорія мережевої комунікації; [монографія]. Київ : Академія української преси, 2011. 387 с.

12. Діловодство і архівна справа. Терміни і визначення: ДСТУ 2732:2023. К.: Держстандарт України, 2023. 33 с.
13. Дога Я. [@yanadoga]. TikTok. URL: <https://vm.tiktok.com/ZMLtEERou/>
14. Документний потік перекладів як відображення міжкультурної комунікації: монографія. Київ: Нац. акад. керівних кадрів культури і мистецтв, 2017. 188 с.
15. Досенко А.К. Блог як інструмент впливу на соціум. *Світ соціальних комунікацій*. 2011. Т. 2. С. 83–85.
16. Е-боротьба в інформаційних війнах та інформаційне право. Монографія; за ред. М.Я. Швеця. К.: НДЦПІ АПрН України, 2007. 234 с.
17. Екгард Л.В. Блогерство – громадянська журналістика чи чутки. *Вестн. Воронеж. гос. ун-та*. 2010. С. 220-223.
18. Жигаліна О.О. Блог як гіпержанр інтернет-комунікації. *Психолінгвістика*. 2009. Вип. 4. С. 210–216. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/psling_2009_4_28
19. Задорожня Л.М., Коваль М.І., Брижко В.М. Питання вдосконалення законодавства України у сфері інформації: Додаток до наукового журналу «Правова інформатика». К.-2005. 31 с.
20. Захарченко А. Інтернет-медіа. К.: Видавець Марченко, 2015. 142 с.
21. Зеленський В. [@zelenskiy_official]. Instagram: фото. Дата публікації 06.04.2022. URL: https://instagram.com/zelenskiy_official?igshid=YTM0ZjI4ZDI
22. Інформація та документація. Словник термінів: ДСТУ ISO 5127:2007. К.: Держспоживстандарт України, 2010. 31 с.
23. Квіт С.М. Нові медіа. Масові комунікації. URL: http://libfree.com/199901197_zhurnalistikanovi_mediya.html
http://libfree.com/199901197_zhurnalistikanovi_mediya.html
24. Кісса Ю. Блоги – це неформальна журналістика. URL: <http://www.personal-trening.com/blog>

25. Коваленко О.Д. Розвиток ір-технологій та нові можливості (громадянської) журналістики. URL: <http://diploma.j-school.kiev.ua/blog/kovalenko-olenadyplom2006/>
26. Королько В.Г., Некрасова О.В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика : підруч. для студентів вищ. навч. закл. Київ : Києво-Могилян. Акад., 2009. 831с.
27. Лисинюк М.В. Медіакультура: сутнісні особливості і функції. Питання культурології : зб. наук. пр, 2020. Вип. 36. С. 38-48.
28. Лісіна С.О. Документні ресурси: навч. посібник. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2013. 240 с.
29. Маркус В. [@valerii_markus]. Instagram. URL: https://instagram.com/valerii_markus?igshid=YTM0ZjI4ZDI
30. Недо А. Блогосфера як вияв громадянської журналістики. Медіапростір. Тернопіль : «Літературний Тернопіль», 2017. Спецвип. № 9. С. 8–14.
31. Оприлюднено рейтинг впливових воєнних блогерів. URL: <https://glavcom.ua/country/society/opriljudneno-rejtinh-vplivovikh-vojennikh-bloheriv-khto-v-pershij-pjatirtsi-1021557.html>
32. Островська Н.В. Прикладні соціально-комунікаційні технології: навчальний посібник. Запоріжжя : ЗНТУ, 2017.
33. Плещенко К. Низова блогосфера як засіб індивідуального самовираження. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2013. № 2 (14). С. 97–101.
34. Половинчак Ю.М. Особливості функціонування української блогосфери Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences, III(7), Issue: 42, 2015 www.seanewdim.com
35. Потятиник Б.В. Інтернет-журналістика. Львів : Паїс, 2011. с. 21-25.
36. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації. Київ : Київ. ун-т, 1999. 308 с.

37. Про доступ до публічної інформації: Закон України 2939-VI від 2011. *Відомості Верховної Ради України*. 2011. № 32. С. 314. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text>
38. Про електронні довірчі послуги: Закон України 2017. № 45. ст. 400. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2155-19#Text>
39. Про електронні комунікації: Закон України від 08.11.2024 № 1089-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1089-20#Text>
40. Про Інформацію: Закон України від 02.10.1992 №48: станом на 01.01.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>
41. Про медіа: Закон України 2849-IX від 11.02.2024. *Відомості Верховної Ради України*. 2023. №№ 47-50. С.120. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text>
42. Про оборону України: Закон України від 06.12.1992 №9 ст. 11. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1932-12#Text>
43. Про публічні закупівлі: Закон України від. 2016. № 922-VIII. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/922-19#Text>
44. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року «Про доктрину інформаційної безпеки України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/47/2017#text>
45. Різун В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій URL: Наукова сторінка професора Володимира Різуна. Інститут журналістики: Київ, 2011.
46. Свистуха Д., Сазонова Ю. Блогосфера як форма функціонування громадянської журналістики: регіональний аспект. Регіональна журналістика: реалії, виклики, перспективи : матеріали Міжнар. наук. інтернет-конф., м. Тернопіль, 15 квіт. 2021. Тернопіль, 2021. С. 52-55.
47. Світова кількість користувачів Інтернетом. Oderlo. URL: <https://www.oberlo.in/blog/social-media-marketing-statistics>
48. Селіванова О. О. Основи теорії мовної комунікації : підручник. Черкаси : Чабаненко Ю. А., 2011. 350 с.

49. Семенченко М. Про low-cost журналістику. день. 2011, 9 грудня. с. 1. URL: www.day.kiev.ua/220432/
50. Недошитко І.Р. 2021. Інтернет-комунікація в інформаційно-комунікаційній структурі соціальних комунікацій. Інформація та соціум. (Груд 2021), 12-14. URL: <https://jias.donnu.edu.ua/article/view/11427>
51. Топ-4 цікавих українських блоги. 9 червня 2021. URL: <https://p-p.com.ua/news/top-4-tsikavykh-ukrainskykh-blogy/>
52. Третяк А. В. Блогінг як вид комунікації. Радіоелектроніка та молодь у XXI столітті : Матеріали 25-го Міжнар. молодіж. форуму, 20–22 квіт. 2021. Харків : ХНУРЕ, 2021. Т. 11. С. 19-20.
53. Трофименко А. Проблеми інституалізації лобізму в Україні. URL: https://shron1.chtyvo.org.ua/Trofymenko_Anastasiia/Problemy_instytutsionalizatsii_lobizmu_v_Ukraini.pdf?PHPSESSID=q635u8crggl8ihl6g3mtc9cbl5
54. Указ Президента України «Про заходи щодо розвитку національної складової глобальної інформаційної мережі Інтернет та забезпечення широкого доступу до цієї мережі в Україні» від 31 липня 2000 року № 928. *Офіційний вісник України*. 2000, № 31, ст. 1300. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/928/2000#Text>
55. Цуканова Г. Практика проведення відеозйомки та цифрового монтажу : практ. посіб. Київ : ЦВП, 2007.
56. Шапкіна Н.М. Виникнення та етапи розвитку перекладацької справи. Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології. 2015. № 7. С. 424-432. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pednauk_2015_7_51
57. Як змінилися уподобання та інтереси українців до ЗМІ після виборів 2019 року та початку пандемії COVID-2019. Фонд Демократичні ініціативи. URL: <https://dif.org.ua/article/yak-zminilisya-upodobannya-ta-interesi-ukraintsiv-do-zasobiv-masovoi-informatsii-pislya-viboriv-2019-r-ta-pochatku-pandemii-covid-19>

58. 10 найпопулярніших українських блогерів в Instagram: що про них відомо. 4 листопада 2020. URL: https://lifestyle.24tv.ua/10-naypopulyarnishih-ukrayinskih-blogeriv-novini-shou-biznesu_n1450510.
59. 25 кращих тем для нового блогу. 9 червня 2021 URL: <https://www.imena.ua/blog/25-topics-for-a-new-blog/>.
60. Facebook та Instagram в Україні. PlusOne. URL: <https://plusone.com.ua/research/>
61. Jeffrey Rosen. Your Blog or Mine? The New York Times Magazine. 2004. URL: <https://www.nytimes.com/2004/12/19/magazine/your-blog-or-mine.html>
62. My. Новости. Воєнні блогери й експерти, яких варто читати, Щоби глибше зрозуміти події на фронті. URL: <https://my.ua/news/cluster/2022-03-20-voienni-blogeri-i-eksperti-iakikh-varto-chitati-shchobi-glibshe-zrozumiti-podiyi-na-fronti>
63. New media URL: http://en.wikipedia.org/wiki/new_media#cite_note-3
64. The New York Time. An Unlirely Hero. URL: <https://www.nytimes.com/2022/03/14/briefing/volodymyr-zelensky-hero-ukraine.html>
65. USAID. Опитування USAID-Internews щодо споживання медіа. URL: <https://detector.media/doc/images/news/archive/2016/181602/2020-Media-Consumption-Survey-FULL-FIN-Ukr.pdf>