

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра журналістики

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

Васильченко В'ячеслав Миколайович

«___» _____ 2023 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «МАГІСТР»

СУЧАСНИЙ ПОЛІТИЧНИЙ ВІДЕОКОМЕНТАР ЯК ЖАНР
ЖУРНАЛІСТИКИ: ПЕРСОНАЛІЇ, ТЕНДЕНЦІЇ, ОСОБЛИВОСТІ

Виконавець: Андреев Олександр Валерійович _____

Керівник: канд. філол. наук, доцент

Васильченко В'ячеслав Миколайович _____

Нормоконтролер: канд. пед. наук

Остапчук Світлана Сергіївна _____

Київ – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО ПОЛІТИЧНОГО ВІДЕОКОМЕНТАРЯ.....	7
1.1. Параметризація журналістського жанру «коментар».....	7
1.2. Політичний коментар як засіб вираження критичного мислення автора	15
Висновки до розділу 1.....	19
РОЗДІЛ 2. МУЛЬТИМЕДІЙНИЙ ТА ІНТЕРАКТИВНИЙ ХАРАКТЕР АУДІОВІЗУАЛЬНОГО ДИСКУРСУ.....	21
2.1. Ютуб як медійна платформа для публікації аудіовізуальних творів.....	21
2.2. Поняття відеоблогінгу	25
2.3. Еволюція журналістських жанрів і форматів у інтернет- журналістиці.....	30
Висновки до розділу 2.....	34
РОЗДІЛ 3. СТАН І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО ПОЛІТИЧНОГО ВІДЕОКОМЕНТАРЯ.....	36
3.1. Персоналії та канали сучасного політичного відеокоментування.....	36
3.2. Структура, стилістика і тематичні вектори політичного відеокоментаря.....	48
3.3. Інтерактивність політичних відеокоментарів на платформі ютуб.....	64
3.4. Тенденції розвитку політичного відеокоментаря.....	70
Висновки до розділу 3.....	71
ВИСНОВКИ.....	73
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	78

ВСТУП

Актуальність теми дослідження зумовлена тим, що на нинішньому етапі розвитку людського соціуму інформація перетворилася на найпотужніший засіб, який дає змогу формувати навколишню реальність, конструювати соціальний простір сучасної політичної системи, що залучена до протікання можливих громадсько-політичних процесів. Такі актуальні передумови на передній план журналістської діяльності виносять завдання об'єктивного інформування реципієнтної аудиторії. Водночас через невідповідність, необізнаність цієї аудиторії із суттю глибоких соціально-політичних процесів, а також процесів, що відбуваються на міжнародній арені, вона не може достатньою мірою правильно, спираючись на аналіз, причиново-наслідкові зв'язки, сприймати події навколишньої реальності, розуміти, що відбувається, з якою метою, прогнозувати можливі варіанти розвитку тієї чи іншої події. Значною мірою розв'язати цю проблематику покликане коментування фахівцем, що професійно вивчає ці процеси і має змогу застосувати достатній аргументаційний інструментарій для показу тієї частини інформаційного айсберга, що захована від очей пересічного члена соціуму. З цієї причини значної ваги й популярності набирає жанр журналістики, що має назву коментар; він розгортає перед реципієнтом повну інформаційну картину тієї чи іншої події, дає вичерпну характеристику суті того, що відбулося, розставляє смислові акценти, підбиває підсумки.

У низці дослідницьких праць частина науковців розглядали коментар і як складник інформаційних та аналітичних жанрів, і як самостійний журналістський жанр, хоч дехто позбавляє коментаря таких ознак, як самостійність, претензія вважатися авторським твором; його кваліфікують як структурний фрагмент іншого матеріалу, що не пройшов еволюційного шляху від методу до жанру (розробки таких фахівців, як Н. Виговська [14],

Л. Городенко [18], В. Дрешпак [22], О. Дуб [23], Н. Копистянська [38], Т. Крайнікова [39], Н. Любчук [46], О. Марків [49], О. Надточій [56; 57], О. Почапська-Красуцька [68], І. Тонкіх [75] та ін.).

Мета дослідження – продемонструвати специфіку сучасного політичного відеокоментаря як жанру журналістики.

Реалізація поставленої мети передбачає виконання таких **завдань**:

1. Визначити жанрові параметри коментаря та охарактеризувати політичний коментар як засіб репрезентації критичного мислення автора.

2. Проаналізувати мультимедійний та інтерактивний характер аудіовізуального дискурсу.

3. Дати характеристику персоналіям і каналам сучасного політичного відеокоментування.

4. Показати структуру, стилістичні особливості й тематику політичного відеокоментаря.

5. Продемонструвати інтерактивний характер політичних відеокоментарів на платформі «Ютуб» і визначити тенденції розвитку жанру.

Об'єкт дослідження – жанрова система сучасних масмедіа.

Предмет дослідження – сучасний стан, умови функціонування і тенденції розвитку жанру політичного відеокоментаря.

Методи дослідження. Для проведення дослідження застосовано такі наукові методи: описовий метод, метод аналізу та зіставний метод. Перший метод дав змогу описати коментар у сукупності його характеристик. Метод аналізу дозволив виділити в коментарі його складники для подальшого вивчення. Зіставний метод шляхом порівняння допоміг з'ясувати спільне і відмінне між авторами політичного відеокоментаря та між їхніми медійними матеріалами.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що в ньому вперше вивчена та подана характеристика персоналій і каналів сучасного політичного відеокоментування, показано структуру, стилістичні особливості й

тематику політичного відеокоментаря та визначено тенденції розвитку цього журналістського жанру.

Практичне значення одержаних результатів роботи полягає у можливості використанні матеріалів дослідження при викладанні дисциплін «Нові медіа», «Інтернет-журналістика», а також для підготовки наукових статей і навчальних посібників, розробки методичних рекомендацій для студентів-журналістів.

Апробація результатів дослідження. Зміст і результати дослідження висвітлювалися у виступах на III міжнародній науково-практичній конференції «Сучасні міжнародні відносини: актуальні проблеми теорії та практики – 2023» (м. Київ) та Дев'ятій всеукраїнській студентській науковій конференції «Актуальні проблеми соціальних комунікацій» (м. Київ).

Публікації. Основні положення дипломної роботи було викладено в публікаціях:

1. Андреев О. В. Роль медіаграмотності під час ведення інформаційної війни. *Актуальні проблеми соціальних комунікацій: Матеріали Дев'ятої всеукраїнській студентській науковій конференції*. Київ: Національний авіаційний університет, 2023. С. 12–14.

2. Андреев О. В. Відеоблогінг як складник блогосфери. *Сучасні міжнародні відносини: актуальні проблеми теорії та практики – 2023: Матеріали III міжнародної науково-практичної конференції*. Київ: Національний авіаційний університет, 2023. С. 227-231 URL: <http://fmv.nau.edu.ua/science/suchasni-mizhнародni-vidnosyny-aktualni/%d1%81%d1%83%d1%87%d0%b0%d1%81%d0%bd%d1%96-%d0%bc%d1%96%d0%b6%d0%bd%d0%b0%d1%80%d0%be%d0%b4%d0%bd%d1%96-%d0%b2%d1%96%d0%b4%d0%bd%d0%be%d1%81%d0%b8%d0%bd%d0%b8-2023/>

3. Андреев О. В. Параметризація коментаря як журналістського жанру. *Актуальні питання медіадосліджень : збірка наукових студентських робіт*

кафедри журналістики. Київ: Національний авіаційний університет, 2023.
Подано до друку.

Структура й обсяг дипломної роботи. Дипломна робота складається зі вступу, 3 розділів (9 підрозділів), висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (129 джерел). Загальний обсяг роботи становить 92 сторінки, основний зміст викладено на 77 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО ПОЛІТИЧНОГО ВІДЕОКОМЕНТАРЯ

1.1. Параметризація журналістського жанру «коментар»

Загальновідомо, що особливістю сприйняття інформації є факт залежності її від того способу, у який вона буде подана. Застосування інтерпретаційного підходу до подання інформації дає змогу посилити її впливовість на адресата.

Будь-який матеріал, у якому здійснюється аналіз фактів, їхнє тлумачення чи зіставлення (інакше кажучи, відбувається їхня інтерпретація) фактично є коментарем. З огляду на це можна стверджувати, що *інтерпретована інформація* являє собою інформацію, яка супроводжується іншою інформацією, що здійснює пояснення чи доповнення, подає обсяговіше, глибше, різноплановіше, панорамніше бачення відповідної події.

Етимологічно латинське слово «коментар» (*commentarius*) має значення «замітка, тлумачення». Призначення коментаря – розтлумачити суть, сенс тої чи тої важливої події, поставити акцент на найактуальнішому з погляду коментатора (журналіста). «Перехід від моменту інформування до моменту тлумачення означає перехід від інформаційного жанру до коментуючого, що здійснюється через доопрацювання інформації, додавання окремих даних, які пояснюють та роз'яснюють окремі моменти та включаються в текст, вріз, посилення; створення монтажу з первісного фактичного матеріалу та додаткового тексту (фактів, коментарів фахівців, свідків, редакції) або ілюстрацій, які його розкривають або ж нова композиція фактів на основі вибіркового фактичного матеріалу» [80, с. 12-13].

Поряд з поняттям «коментар» існує також поняття «телекоментар». Компонент «теле» у цій терміноназві вказує на технологічний параметр

функціонування аналізованого поняття, адже воно являє собою повідомлену на платформі телебачення думку відповідного фахівця чи певної компетентної особи про той чи інший об'єкт довколишньої дійсності (факт, подію, явище тощо). З одного боку, такі жанри, як радіо- і телекоментар, не можна однозначно кваліфікувати як інформаційні чи публіцистичні, адже в одному випадку коментар є носієм здебільшого інформаційної функції, в іншому ж він виконує функцію публіцистичну. З іншого – «коментар, як складовий елемент інформаційної програми, оперативний, короткий за відрізком часу передачі його в ефір, конкретно-подієвий за характером відображуваного об'єкта, є інформаційним жанром, мета якого – поглиблене повідомлення фактів. В оперативному коментарі розкривають й аналізують причини подій, виявляють взаємозв'язок з іншими подіями і фактами» [49].

З погляду тематики телекоментарі можна поділити на два різновиди:

- а) телекоментар на теми внутрішньодержавного життя;
- б) телекоментар на міжнародні теми.

Така класифікація є узагальненою, оскільки телекоментарі цих двох типів демонструють також і вузький тематичний розподіл. Класифікаційні тематичні підтипи інтерпретують політичну, економічну, наукову, культурну, спортивну тощо проблематику.

У плані насиченості відеоряду телекоментарі є ілюстровані та неілюстровані. Різновиди першого типу мають перевагу у більшій візуальній привабливості.

З погляду структурної організації телекоментар являє собою: а) повідомлення факту / мотивування теми; б) аналіз; в) висновки. Якщо про відповідні факти зазначають в інформації, яка йде безпосередньо перед коментарем (так роблять часто), тоді потреба робити це в самому телекоментарі відпадає. Основою жанру телекоментаря є аналіз, напрямок розвитку якого націлений у глибину самого повідомлення. Призначення аналізу – виділити з повідомленої інформації її поглиблений зміст. Водночас при умові, що

телекоментатор вправно привів реципієнта до очевидних підсумків, висновок як структурний компонент втрачає свою обов'язковість.

Як відомо, характерною ознакою будь-якого жанрового різновиду телевізійного інформування є обов'язкова актуальність і суспільна важливість події, про яку повідомляють або яку інтерпретують.

Жанрова специфіка телекоментаря визначається фактом безпосереднього спілкування між учасниками комунікативного процесу, реалізацією органічного симбіозу «слово / зображення», високим рівнем оперативного інформування.

Ще одна жанрова риса телекоментаря – це максимальне наближення його вербального оформлення до розмовного різновиду мови. Цей факт позитивно впливає на встановлення контакту між телекоментатором і глядацькою аудиторією, створення ефекту співучасті в комунікативному процесі.

Параметрами, що визначають результативність телекоментаря, є характеристики особистості самого коментатора: а) авторитет (брендовість імені); б) компетентність (глибока зануреність у висвітлювану проблематику); в) професійні журналістські вміння. Глибока аналітика, актуальна інтерпретація об'єкта коментаря, вміння зіставити його з уже відомими, наведення історичних паралелей, логічне прогнозування – усі ці аспекти мають на меті допомогти реципієнтові сформулювати свої погляди на коментований об'єкт. Водночас це не мусить мати форму нав'язування думки коментатора. Через це він має демонструвати певну відстороненість від об'єкта коментування, перебувати на деякій дистанції від нього. Такий підхід створить передумови для уникнення тенденційності та стереотипності в інтерпретації коментованого факту, не допустить обов'язкового нав'язування думки коментатора. Також продуктивним рішенням є залучення редакціями телекоментаторів з різними чи навіть і протилежними поглядами та позиціями.

Є кілька видів коментаря:

1) синхронний коментар (журналіст надає своє пояснення у ході висловлення);

2) полярний коментар (певний текст тлумачиться різними фахівцями, достатньо компетентними в певній галузі);

3) розширений коментар (факт чи подія пояснюються доволі обсягово);

4) детальний коментар (певний текст тлумачиться до найменших дрібниць);

5) коментар фахівця (пояснення здійснюється фахівцем, наділеним відповідними компетентностями в тій чи тій галузі).

Найвиразнішою ознакою коментування є всебічне та обсягове тлумачення певного факту, події, явища або документа. Коментатор може вдаватися до висловлення прогнозів, розгляду варіантів, за якими можуть розгортатися події, наводити свої застереження або ж рекомендації чи залучати інформацію від фахівців.

Водночас у журналістській діяльності трапляється й так, що сам об'єкт коментування (факт, подія, явище, документ) має загальновідомий характер, через що потреби в його детальному описі немає. У такому разі коментар може ставати скороченим та обмежуватися лише певними вказівками, щодо яких журналіст і надає свій коментар. Визначальною рисою коментаря охарактеризованого типу є його залежність від об'єкта коментування, тісний зв'язок із ним.

Для створення фахового коментаря журналіст має докласти всіх зусиль, щоб зануритися в тему, стати її глибоким знавцем. У такому разі висловлені в коментарі його думки, судження та погляди на об'єкт коментування набирають ваги висновків фахівця. Для цього журналіст ретельно вивчає значні обсяги відповідного фактичного матеріалу, вдається до роз'яснення його в коментарі. Такі процеси часто можуть приводити до виникнення нового знання, яке нерідко можуть розуміти як сам факт. У цьому механізмі реалізується особливість аналітичних жанрів. Водночас треба розуміти, що коментар не має перетворюватися на «особисту думку автора». Він швидше є намаганням пояснити причиново-наслідкові зв'язки між подіями. В іншому разі аналіз

факту чи події, здійснений коментатором, отримує всі шанси відсунути реальність (дійсність) від реципієнта на далекий план.

У журналістикознавстві термін «коментар» позначає один з аналітичних жанрів, а також – метод журналістики. У розумінні методу коментар наявний в багатьох різновидах журналістських публікацій. Так, у формі цитування чужих думок чи різнотипних приміток він наявний у замітці, у вигляді авторської інтерпретації чи висновку маємо його в рецензії, огляді, кореспонденції, нарисі, статті.

Коментар може мати різнопланове спрямування: полемічне, пропагандистське, сатиричне, критичне, у зв'язку з чим на основі цієї особливості можливе виділення різних його видів. Водночас – з іншого боку – цей факт дає змогу для вираження різних аспектів емотивності добирати відповідні мовні засоби (звертання, інверсія, порівняння, вигуки тощо).

Журналістський коментар (авторське висловлювання) містить авторське міркування, тлумачення, аналіз, пояснення щодо певних фактів, публікацій, заяв чи подій політичної, економічної, наукової, культурної сфери для того, щоб донести до реципієнта суть фактів чи процесів, показати їхнє місце, роль і значення на тлі інших подій і явищ, їхню вмонтованість у систему причиново-наслідкових відношень. Автор такого коментаря іде від конкретного факту, повідомлення чи інформації до узагальнення або до прогнозу.

Ціннісний аспект такого жанру, як коментар, криється в оригінальних думках, незаявленості суджень, свіжості та несподіваності висновків, точності й високій виражальності авторського мовлення.

Коментар втілює реакцію на певний об'єкт (повідомлення, подію чи явище), в ньому активно порушується відповідна проблематика, простежуються системні зв'язки та відношення коментованого об'єкта з іншими. Коментуючи, журналіст інтерпретує характеризоване явище, пояснює його, оцінює, робить певні висновки, що логічно впливають із його параметризації.

Якщо не брати до уваги коротких форм, то коментар «являє собою структуру доказового міркування з приводу якогось одного основного питання і містить ряд типових структурних елементів:

- повідомлення про коментовану подію та формулювання завдання коментаря;
- формулювання питань, що виникли у зв'язку з цією подією;
- коментований виклад фактів, думок і деталей;
- формулювання тез, що відображають ставлення автора до події» [49].

Жанровою особливістю коментаря є його висока оперативність, адже він є реакцією на відповідну актуальну подію. Трапляється так, що деколи коментар може мати превентивний характер. Його автор на основі всебічного аналізу демонструє здатність передбачати події, що можуть настати після. У такий спосіб коментатор готує аудиторію до того, що ця подія неминуче відбудеться. Превентивний коментар найчастіше має на меті прояснити наявну ситуацію.

Факт оперативного коментування зосереджує увагу адресатів на важливих нових об'єктах (повідомленнях, подіях чи явищах) громадського життя, що опинилися на передньому плані екзистенції соціуму, порівнює такі об'єкти з аналогічними, спираючись на приклади, обґрунтовує потрібні на відповідному етапі форми поведінки або способи розв'язання проблем.

Коментар є важливим складником структури для значної кількості текстів, що належать до аналітичних та інформаційних жанрів. Він функціонує там як: а) цитування чужих фраз; б) авторська інтерпретація об'єкта, про який ідеться; в) вичерпний висновок (завершальна думка), наданий читачеві. Факт, про який повідомляється, є причиною спілкування з адресатами, а роздуми журналіста-коментатора про цей факт стають для всього процесу точкою опори. У такий спосіб фокус уваги реципієнтів зосереджується на вагомих нових фактах та оцінці цих фактів через наведення прикладів чи можливих варіантах розвитку подій. Значення актуальної події коментатор розкриває

через свої оцінки, короткі інтерпретації, оперативні пояснення чи глибоку аналітику.

Мовне оформлення коментаря має емотивний характер, оскільки автор має за орієнтир відгук реципієнтів. Логічний та об'єктивний аналіз не може бути підміненим версією оцінки, оскільки загроза цього доволі серйозна. Водночас такий природний параметр тексту коментаря має свої плюси, адже спостереження за тим, як відбувається рух міркування публіциста-коментатора, приваблює та зацікавлює. Цілісний характер тексту коментаря детермінується двома факторами, до яких належать: а) цілісність особистості журналіста-коментатора і б) його позиція.

Одним з різновидів коментаря є міжнародний коментар. Він належить до найпродуктивніших жанрів міжнародної журналістики у змістовно-інформаційному плані. Так, у шведській журналістиці коментування різнопланових інформаційних об'єктів вважають чи не найголовнішою її функцією. Тут журналіст-коментатор прагне дослідити зв'язки, наявні між певними окремими явищами, показує причину, першооснову, мотиваційне підґрунтя, на яких виникає відповідна подія, приймається певне рішення.

Система журналістикознавства у Франції зараховує коментар, завдання якого не повідомляти, а пояснювати повідомлення про факт, подію чи явище, до публіцистичних жанрів і кваліфікує його як такий, що формується за моделлю «факт (конкретне) → висновок (загальне)» чи «факт (конкретне) → прогноз (загальне)».

Та незважаючи на це, коментар усе ж таки не являє собою «приватну» думку медійника. Він більшою мірою виступає намаганням журналіста-коментатора розтлумачити причиново-наслідкові зв'язки якоїсь події чи явища. У протилежному разі, інтерпретуючи інформаційний об'єкт, над коментатором нависає загроза, що його пояснення заступлять справжню суть події для реципієнтної аудиторії, яка розчиниться в інтерпретаційному компоненті. Така спокуса завжди реально існує, і журналіст-коментатор мусить мати і досвід, і

вміння, і розуміння своєї функції, щоб об'єктивний аналіз підмінити своїми роздумами щодо того, «у який спосіб усе мало б відбуватися».

Міжнародний коментар – «специфічний жанр журналістики, який потребує не просто вміння передавати інформацію, а й вміння доступно пояснити її, донести до читача важливість й актуальність події, і водночас “бути якомога менше присутнім у тексті”» [23]. Такий підхід, коли коментатор прагне бачити об'єкт коментування реалістично, таким, яким він є насправді і транслює це аудиторії, дає змогу створити повноцінний інформаційний продукт. У коментаторській діяльності журналіста-міжнародника відбувається постійно-поступове вирівнювання дисбалансу, наявного між такими параметрами як інформаційність та аналітичність (тобто інтерпретаційність). Класичний міжнародний коментар має бути позбавленим іронізування, спрощення, емоційного нагнітання, водночас він мусить нести такі ознаки, як відкритість та діалогічність.

У поле зору журналіста-міжнародника потрапляють актуальні (“гарячі”) факти і події, що відбуваються на світовій арені. Жанр міжнародного коментаря доволі складний. Перед журналістом – автором такого тексту – постійно постає вимога наполегливої та усвідомленої інтелектуальної роботи, усебічної інформаційно-аналітичної підготовки. Водночас у своїй діяльності він має вміти вибудовувати непрохідний кордон між об'єктивним і суб'єктивним.

Також у міжнародному коментарі журналістові не можна використовувати іронію та сарказм. З одного боку, «іронічне мислення журналіста – різновид і водночас складова частина наочно-образного мислення, за допомогою якого найбільш повно відтворюється багатоманітність різних фактичних характеристик предмета. У такому випадку виникає ефект “прихованої насмішки”, яка інколи переходить у скептицизм. І саме за цих мотивацій іронічність як стилетворчий чинник неможливо використовувати в текстах міжнародної тематики, особливо – у коментарі. Інакше кажучи, в міжнародній журналістиці на першому місці стоїть дипломатичність тексту (повідомлення), дотримання риторики (стилю), адекватних до відносин між

державами» [23]. З іншого ж, значна частина українських журналістів-коментаторів часто використовують засоби сміхової культури, вважаючи, очевидно, це модною тенденцією.

Працюючи над коментарем (хоч ця вимога стосується, у принципі, кожного журналістського твору), слід урахувати фактор аудиторії, моделювати її, створювати всі передумови для того, щоб реципієнт розумів автора (журналіста). Водночас цей підхід не має призводити до ситуації, коли текст коментаря в інформаційно-смісловому та виражальному плані переміщується вниз – на той рівень, де перебуває адресат. Перед журналістом-коментатором стоїть завдання вміло застосовувати фактаж, аргументи, аналітику, назви, імена, цитати і в такий спосіб непомітно, *step by step* працювати над тим, щоб піднімати рівень інтелекту реципієнта. Також дуже важливим є то факт, що з аудиторією варто спілкуватися «серйозною мовою», результатом чого має стати усвідомлення адресатом важливості коментованих подій, що відбуваються на міжнародній арені [23].

1.2. Політичний коментар як засіб вираження критичного мислення автора

У жанровій системі української журналістики коментар займає доволі важливе місце. Використовуючи цей жанровий різновид, журналіст-коментатор має змогу продемонструвати свою оцінку відповідним інформаційним об'єктам (актуальним проблемам, медійним чи політичним персоналіям тощо), акцентуючи увагу реципієнтної аудиторії на відповідній деталі, показуючи своє ставлення до події чи факту, надати своє передбачення розвитку майбутніх подій. Журналістська аналітика та діагностика створює передумови для з'ясування закономірностей, що діють на нинішньому етапі розвитку соціуму, виявлення умов та причин, які до них привели, оцінювання викликів та ризиків, з якими вже зіткнулося та може зіткнутися суспільство.

Одним з різновидів коментаря є політичний коментар. Його розглядають «як форму соціокультурної дійсності, яка виражає критичне мислення

адресанта з приводу актуальної суспільно-політичної події з метою об'єктивізації інформації, здатної вплинути на світогляд адресата, за чий інтереси і права здійснюється безперервна боротьба політичних сил. Слід зазначити, що під критичним мисленням ми розуміємо систему суджень, які базуються на аргументації, обґрунтованих оцінках, інтерпретації, які можна застосувати до заявлених ситуацій і проблем» [47, с. 14].

Політичний коментар дає змогу підсвітити актуальні факти, процеси, явища та постаті політичного середовища країни, які впливають на суспільно-політичне життя соціуму та викликають у зв'язку з цим зацікавленість у громадськості, через що має бути не лише констатовано факт наявності в медіапросторі таких важливих інформаційних об'єктів, але й проаналізовано, витлумачено та пояснено їх. З одного боку, журналіст може розповісти про подію, репрезентувати відповідний факт із життя суспільства як самостійний інформаційний об'єкт, ізольований від вертикальних і горизонтальних зв'язків. З іншого, – інформаційний об'єкт може постати перед реципієнтом як органічна частина цілого, комплексного організму, компонент складного структурованого явища. Такий диференційний підхід дає змогу презентувати реципієнтній аудиторії два інформаційні продукти, у яких втілено різнопланове відображення об'єкта з реальної дійсності.

У межах цього різновиду коментаря комунікативний зв'язок встановлюється між двома його полюсами. З одного боку, це – коментатор, а з іншого – його цільова аудиторія. Роль автора політичного коментаря може виконувати: а) політичний оглядач; б) політик; в) журналіст (репортер); г) колумніст; ґ) рецензент; д) аналітик тощо. Для оперативного коментування автор політичного коментаря мусить:

- а) бути в аналізованій темі (володіти матеріалом, щодо якого);
- б) мати аналітичний склад розуму;
- в) володіти певним медійним/комунікативним досвідом та відповідними навичками оратора (здатність говорити на аудиторію, уміння демонструвати свої знання та переконання);

г) критично оцінювати коментований інформаційний об'єкт (політичну персону, факт, подію, ситуацію, заяву, вчинок тощо);

г) здійснювати якісне політичне коментування з позицій якісної аналітики, логічного аргументування та встановлення причиново-наслідкових зв'язків між коментованим інформаційним об'єктом та іншими подібними об'єктами, дотичними до нього;

д) враховувати таке поняття, як комунікативні стратегії, та застосовувати їх у процесі надання політичного коментаря. Сьогодні комунікативну стратегію визначають як «оптимальну реалізацію інтенції мовця щодо досягнення конкретної мети спілкування шляхом вибору дієвих мовленнєвих ходів, а також гнучкої їх видозміни в конкретній ситуації. Інакше кажучи, процес спілкування постає як послідовність інтеракційних ходів між адресантом і адресатом, які обумовлені їх комунікативними інтенціями, або намірами. Побудова комунікативної стратегії залежить від низки прагматичних факторів – рівня знайомства комунікантів, їх статі, соціальних ролей, національно-культурної належності, а також комунікативної компетентності, яка визначає які засоби мови добирає мовець. Особливістю комунікативних стратегій є їх гнучкість та динаміка – у процесі спілкування мовленнєва поведінка зазнає постійних коригувань в залежності від контексту дискурсу, що постійно доповнюється та змінюється» [50]. Якщо характеризувати досить узагальнено, то комунікативна стратегія – це тип комунікативної взаємодії автора повідомлення з реципієнтом/опонентом відповідно до певних правил, дотримання яких створюють передумови для виконання потрібних завдань. У політичному коментарі журналіст може застосовувати відповідний комплекс комунікативних стратегій, вибір яких визначається типом повідомлення, що звичайно характеризується орієнтованістю на учасників такого типу комунікації.

При створенні публіцистичного тексту однією з головних інтенцій автора є здійснення ідеологічного впливу, об'єктом якого є широкі маси населення, запровадження у їхню свідомість відповідних світоглядних позицій, потрібного авторові суспільно-політичного способу сприйняття дійсності. Робиться це для

того, щоб виробити у широких мас глибокого переконання у тому, що ті або ті суспільні ідеали – правильні, а запроваджувані конкретні заходи, спрямовані на їхнє втілення, є доцільними, що дає змогу спрямовувати суспільну свідомість у відповідному напрямі, а саме суспільство налаштувати на певні дії та спонукати до них. «Політичні ж коментарі мають емотивний заряд особистісних смислів і індивідуальних оцінок, що провокує реакцію і обговорення в середовищі наївних комунікантів, породжуючи дискусії на мітингах, у громадському транспорті і т. д. Спілкування стає інтегруючим, якщо комуніканти сходяться на думці з якого-небудь питання, і конфліктним – коли думки різняться. Численні реакції на події та «реакції на реакції» створюють складне дискурсивне утворення, різновид конфліктного спілкування, де відбувається зіткнення інтересів різних соціальних груп і відстоювання етичних норм. Відповідно, політичний коментар має свою структуру, компонентами якої є учасники спілкування, медійний канал зв'язку, комунікативні стратегії. Специфіка проявляється в ідейному змісті, публіцистичному стилі, композиційній побудові, темпоральною моделлю якого є дія у вигляді «дискурсу-стимулу» (подія), «дискурсу-реакції» (політичний коментар) і «дискурсу-реакції на реакцію» (політичний скандал)» [47, с. 17].

Журналіст-коментатор виконує роль такого собі «комунікативного посередника» у процесах сприйняття та розуміння інформаційного об'єкта, який він аналізує, інтерпретує, характеризує для свого адресата (цільової аудиторії – певної соціальної групи, що є споживачем відповідного медійного продукту).

Значний вплив на той факт, як політичний коментар може бути сприйнятий адресатом, відводиться відповідному комплексу медійних ознак, властивих для відповідних засобі масової інформації – тих платформ і каналі, «які збирають, обробляють та поширюють інформацію для масових та локальних аудиторій, використовуючи різноманітні технічні засоби» [25]. Так, у друкованих чи онлайн-медіа вербальний складник повідомлення журналістикоментатори можуть посилювати, вдаючись до використання ілюстрацій та графічного інструментарію. У подкастингу та радійному сегменті ЗМІ на

перший план виходить голос, інтонування, звукові ілюстрації. Телебачення/відеоблогінг має доволі широкий діапазон медійних ознак (може вдаватися і до наведених вище), оскільки технологізаційно це доволі багатий різновид ЗМІ, однак на перший план тут виходить уміння специфічно використовувати можливості відеоряду. Водночас у політичному коментарі, виконаному на будь-якій платформі, можуть уживатися також і можливі та доречні засоби експресивізації тексту.

Розкривається специфіка політичного коментаря у «його ідейному змісті (певна тема), публіцистичному стилі, композиційній побудові. Автор вибирає такий спосіб викладу інформації, щоб максимально впливати на ментальну сферу адресата для зміни його поведінки. Спонукаючи соціум до будь-яких дій – це персуазивний критерій формування дискурсу політичного коментаря. Інформаційне повідомлення і політичний коментар є первинними інституційними жанрами для скандалу, який, отримавши підживлення у вигляді громадських дебатів, може набути необхідного резонансу для розвитку» [47, с. 16].

Коментований інформаційний об'єкт (повідомлення, факт, подія, явище, персона) – це комунікативне минуле (бекграунд, референтна подія) щодо власне політичного коментаря. Саме цей інформаційний об'єкт і є відправною точкою, від якої стартує формування структури політичного коментаря, саме на нього реагує журналіст-коментатор, його аналізує, тлумачить, пояснює. Саме бекграунд визначає напрямок руху думки коментатора, його аргументи і висновки.

Висновок до розділу 1

Отже, сучасний стан медіасфери детермінує ситуацію, коли на реципієнтну аудиторію постійно спрямовується значна кількість різнопланових інформаційних повідомлень. Серед них важливу роль відіграють аналітичні публікації, в яких розглядають актуальні проблеми сьогодення. Така ситуація зумовлена як складним міжнародним становищем, так і непростим політичним

та соціально-економічним становищем всередині нашої країни. Такі умови тримають наше суспільство у постійній нервовій напрузі. З огляду на це є потреба допомагати реципієнтній аудиторії українських масмедіа в інтерпретації суті тих різнопланових тенденцій і процесів, що відбуваються у сьогоdnішньому світі. Тому жанр коментаря й набув нині великого значення в нашому медійному середовищі. Це впливає з головних завдань сучасного політичного коментаря: він має зосередити інформаційний фокус реципієнтів на найважливіших та найактуальніших явищах, подіях і процесах, якими позначене нинішнє міжнародне та внутрішнє суспільно-політичне життя, проблематику якого так активно висвітлюють сучасні ЗМІ, допомагати аудиторії оцінювати такі екзистенційно важливі інформаційні об'єкти.

Таким чином, коментар являє собою роз'яснювальні або критичні міркування чи витлумачення певних подій і фактів громадського, наукового, культурного життя. Коментар пояснює зміст певної події, політичного чи історичного документа, незрозумілі місця літературного чи публіцистичного твору. Особливого значення жанр коментаря набув нині, коли нові інформаційні технології відкрили значно ширші можливості для журналістської діяльності.

РОЗДІЛ 2

МУЛЬТИМЕДІЙНИЙ ТА ІНТЕРАКТИВНИЙ ХАРАКТЕР АУДІОВІЗУАЛЬНОГО ДИСКУРСУ

2.1. Ютуб як медійна платформа для публікації аудіовізуальних творів

Результатом розвитку цифрових технологій, який почав відбуватися в період кінця ХХ – початку ХХІ ст., стало сприяння процесам інституціалізації новаторського аудіовізуального дискурсу. Урізноманітнення аудіовізуальних засобів, яке припадає на 2010-ті роки, допомогло розширити галузі впливу мультимедійних систем на людину, що втілюється в зміні способу її поведінкової діяльності та життєвого стилю. Загальноприйнятою є ідея феноменологічного впливу мультимедійних систем на свідомість (насамперед через сенсові аспекти, які несе в собі інноваційна мультимедійна комунікаційна культура) та виформування таких ознак сучасної людини, як інноваційне світовідчуття, світосприйняття і світобачення [74, с. 70].

Більше восьми десятків років такий різновид медіа, як телебачення, виступає одним з найважливіших і найпотужніших суб'єктів журналістської діяльності, а також дуже впливовим засобом масової інформації, що охоплює більшу частину людства. Споживачів медійного продукту підкорила та доступність, зрозумілість та мультимедійність, якими позначене донесення інформаційних матеріалів до кінцевого адресата. Через це телевізійна журналістика й далі міцно втримує місце на верхній точці масовокомунікаційної піраміди. Телебачення України не випадає із названої тенденції. Воно й далі домінує на нашому медіаринку [37, с. 48]. Водночас дослідники починають констатувати факт перехоплення лідерства у телебачення інтегрованими медіа. Щойно у пересічного глядача з'явився шанс виготовляти аудіовізуальний контент, інтернет почав наповнюватися різноманітними

відеоблогами, розважальними шоу, документальною інформацією. Головним плюсом інтернет-відео є змога бути доступним у будь-який час. Скажімо, один серіальний сезон можна подивитися коли зручно і не відриваючись [60, с. 69]. Така ситуація спричинила той факт, що останнім часом швидко набирання популярності та значне збільшення своєї аудиторії демонструють такі новітні медіа, як відеохостинги та інтернет-канали [43, с. 50].

Поняття «інтернет-відеохостинг» визначають як «інформаційну, соціальну й культурну платформу, що поєднує у сучасному віртуальному просторі аматорські та професійні аудіовізуальні твори. Вона створюється на перетині культурного та технологічного, символічного й побутового і задовольняє індивідуальні потреби новітнього «масового» глядача-користувача. Отже, відеохостинги можна вважати уніфікованим і гібридизованим кластером аудіовізуальних дискурсів та культурних практик» [54, с. 86].

До найбільших і найпопулярніших відеохостингів належить ютуб (YouTube). З одного боку, він надає такому медіа, як телебачення, досить багатопланові можливості: 1) він стає платформою, де телеканали мають змогу залучати нову аудиторію; 2) він наділений широким спектром інструментарію, використання якого розкриває перспективи для просування бренду; 3) дає шанс отримувати прибуток, адже відеоматеріали можуть як транслювати платну рекламу, так і монетизуватися через зростання кількості переглядів. Поряд з телеканалами низку переваг отримав і кінцевий глядач – споживач телеконтенту на відеохостингу ютуб: а) безкоштовний доступ до відеоматеріалів; б) можливість переглядати відеоконтент у будь-який час (коли зручно); в) просте користувацьке меню та нескладна процедура пошуку. Українські телевізійні канали використовують відеохостинг «Ютуб» для: 1) ретрансляції прямоєфірного медіапродукту; 2) поширення архівних матеріалів; 3) виготовлення специфічних медіаматеріалів саме для цієї платформи [60, с. 68].

З іншого боку, ютуб відкриває для аматорів (блогерів) перспективи для медійної діяльності. «Модернізація телевізійної системи відбувається із застосуванням мультимедійного потенціалу нових медій. Сучасне телебачення

застосовує нові цифрові формати, зокрема web 2.0 (інтернет + блогосфера) та web 3.0 (інтернет + блогосфера + соціальні мережі), які дають можливість створити і розмістити власний контент не лише журналістам, а будь-кому, в кого є бажання і можливості запропонувати свій продукт. Кожний охочий може зняти відео на мобільний пристрій і розмістити його на YouTube, доступний сервіс сприяє цьому. Окрім цього, відео можна коментувати, а за допомогою спецкоду – додати матеріал на власний сайт, блог чи сторінку у соцмережі, що робить сервіс ще привабливішим для користувачів» [3, с. 118]. Аматори-автори інтернет-каналів на повну потужність скористалися тими технологічними можливостями, які надав їм ютуб. Деякі відеоблогери піднялися до рівня популярних телеканалів. Блогерські канали вступили в серйозну конкурентну боротьбу з традиційними масмедіа за звання «об’єктивного каналу інформації». Довіра до блогерів пов’язана з тим фактом, що вони здебільшого відверті у своїх матеріалах, вони говорять все так, як думають, оскільки відеоблогери не мають редакторів, які на них тиснуть та продавляють редакційну політику, яка залежить від політичної чи економічної позиції власника медіа. Розвиток інформаційних технологій породив такий феномен, що людина, яка часто не має значних фінансових і технічних ресурсів, користуючись маленькою камерою або ж камерою на телефоні, здатна створювати медіаконтент, який дивиться мільйонна аудиторія. Відеоблогери знімають все так, як є насправді, вони більш відкриті до аудиторії, з ними легше встановити зворотній зв’язок. Вони мають своїх фанатів, які, говорячи про своїх улюблених авторів, не сприймають відеоблогерів як супер-зірок, ставляться до них, як до своїх друзів [55].

Особливістю нинішньої взаємодії виробника медіаконтенту і його споживача став той факт, що провідну роль почала відігравати візуалізація даних та інформації. «Споживачі медіаконтенту сьогодні – це, насамперед, візуали, чиє мислення тяжіє скоріше до образного, аніж до ментально-вербального. Користувачі стали глядачами, що краще сприймають наочно показану інформацію; а поняття «журналістського тексту» змістилося в іншу

семіотичну площину – вербальна домінанта повідомлення втрачає актуальність. Навіть якщо аудиторія все ж таки вдається до сприйняття вербального тексту, вона не вичитує текстову інформацію — вона «сканує» матеріал, акцентуючи увагу на окремих частинах. Тому переупаковка текстової інформації в аудіовізуальну забезпечує фокусування на головному в медіаконтенті. Відтак грамотне використання «візуальної мови» стало однією з найбільш значущих умов у цифровій журналістиці» [42, с. 23].

Рейтингова система Alexa Rank, що займається оцінювання сайтів шляхом підрахунку кількості відвідувачів, що заходили на сайт, а також на основі загального перегляду сторінок, визначила, що ютуб за популярністю у всьому світовому інформаційному просторі займає друге місце. На майже двох млн сайтів є посилання на ютуб. Відеоконтент, розташований на ньому, позиціонується, з одного боку, як «комп'ютерно-опосередкований тип комунікації», а з іншого, – як «підвид аудіо-візуального тексту». Компонентом комунікації, опосередкованої комп'ютерною технікою, є обмін інформацією, представленої в трьох типах форматів (текстовий, аудіо-, відео-). Трансляція і контроль цієї інформація відбувається шляхом використання комп'ютера і застосування телекомунікаційної технології. Особливістю віртуального спілкування є те, що воно значною мірою дублює реальне, проте водночас демонструє також свої відмінності. Ютубери намагаються не лише виготовити цікавий контент, а й щоб він був максимально реалістичним. Для підтримки та збільшення бази своїх прихильників, автори ютуб-контенту шукають способи для наведення віртуального зв'язку з реципієнтом, для наділення його рівноцінною вагою в електронній комунікації, залучаючи з цієї метою до процесу поряд з монологами також і діалоги. Ці різні форми комунікативної взаємодії органічно чергуються, чим забезпечується живе, активне та експресивно приправлене спілкування [78, с. 85-86].

Особливістю сучасного розвитку медійного ринку в Україні у плані відеохостингу «Ютуб» є те, що він підійшов до так званого «культурного Ренесансу». Початок 2021 року позначений тим, що за українськими каналами

помічена активна тенденція, спрямована на посилення свого впливу на медійний простір та зростання статистичних показників. Унаслідок цього відбувається, методичне й цілеспрямоване витіснення мережі каналів, орієнтованих проросійськи. Ця мережа рухалася в напрямку поширення великої частини впливу на наш медійний ринок ще з початку 2014 року, коли розпочалася російсько-українська війна. Однак відбувся перелам, і перші місяці 2021 року засвідчили, що перегляди популярних українських ютуб-каналів стали на 30% більшими порівняно з групами проросійських каналів. І це на тлі того, що ще рік тому проросійські канали лідирували [29, с. 6].

На ютубі політичний коментар функціонує у відеоформаті – як політичний відеокоментар. Тут він реалізується у своєму усному варіанті. «Усне публічне мовлення – монологічна форма комунікації, що поєднує книжково-письмові риси викладу думки політика (коментатора) і елементи живої усної мови. Невеликий обсяг повідомлення має чітку синтаксичну структуру речень, лексичні повтори, асоціативні зв'язки. Дискурс політичного коментаря виконує провідну синтезуючу функцію, вбираючи в себе ряд таких жанрів як усне публічне мовлення, інтерв'ю, політичні дебати, політичний блог, політична стаття, «пряма лінія», авторська колонка» [47, с. 17].

2.2. Поняття відеоблогінгу

Сучасний стан розвитку людства характеризується динамічним прогресом інтернет-технологій. Своєю чергою це спричиняє появу нових видів людської діяльності, дає індивіду необмежені шанси для розвитку та реалізації особистісного потенціалу. Інтернет став засобом, що активно трансформує наше звичне життя, здійснюючи вплив на користувачів: творення їхньої системи знань, моральні цінності, підвалини світогляду тощо. Нові технологічні можливості також трансформують і організацію процесів комунікації. Коротшою стала відстань між її учасниками, кожен користувач отримав шанс долучатися до різних (міжособистісних, групових, масових) форм спілкування як у функції комунікатора, так і як адресат. Відбувається становлення нового

різновиду суспільної взаємодії, що має віртуальний характер, – інтернет-комунікації, призначення якої не лише обмін різнотипною інформацією, але й формування та підтримка нових соціальних зв'язків [40, с. 243].

Поява інтернету відкрила можливості для швидкого здобуття інформації, перетворення її на доступний об'єкт. З іншого боку, його використання дає змогу виготовляти контент і швидко робити його публічним. Працю в інтернеті розпочали традиційні ЗМІ, разом з цим виникли нові інформаційні ресурси, незалежні від них, сформовані найчастіше користувачами мережі, що не мали стосунку до професійної журналістської діяльності. Через незалежність та близькість до споживачів інформаційного продукту нові медіа позбавлені редакційного контролю чи тиску власника (цим характеризуються традиційні ЗМІ). Це стало причиною того, що у них з'явилася досить велика аудиторію, що може вільно долучатися до обговорення актуальних тем, показувати свою точку зору. Таку активну інформаційну діяльність у мережі провадять як фахові журналісти поза роботою у своїх офіційних медіа-структурах, так і пересічні користувачі (громадянські журналісти). Нинішні високотехнологізаційні умови життя й комунікації створюють громадянській журналістиці передумови для перетворення на важливий інформаційний ресурс, де звичайні громадяни мають змогу реалізовувати своє право на інформацію, наявність якого констатує Основний Закон України [11, с. 28.49].

Нові медіа стали важливим інформаційним середовищем, що дає змогу журналістам, медійним персонам і блогерам впливати на громадську думку. Інтернет відкрив можливості для соціальних мереж поширитися на всю комунікативну спільноту світу. Нині завдяки цьому інформувати про події в онлайн-режимі має змогу колосальна кількість індивідів. З цієї причини «кількість учасників процесу створення новин здійснює перерозподіл і сил впливу. До центральних факторів, що визначають популярність соцмереж, зараховують: 1) їхню привабливість як каналу надзвичайно оперативної комунікації, яка апелює до емоційної та емпатичної сфер; 2) здатність співпрацювати з будь-ким, отримувати зворотний зв'язок, оцінювати реакцію на

надіслане повідомлення; 3) відсутність потреби у фінансових ресурсах; 4) колосальну адресатну аудиторію (4,54 млрд людей мають змогу виходити в інтернет, 3,8 млрд з яких активно користуються соціальними мережами) [12, с. 29]

Інтернет став «однією з форм спілкування, поширення інформації та розваг. Популярним методом втілення цих функцій є «відео» або у цьому контексті «відеоконтент». Цим терміном уже нікого не здивуєш, адже він став частиною нашого щоденного життя. Щоб переглянути улюблене музичне відео, пройти онлайн-курс або ж навіть поділитись власним матеріалом, ми вдаємось до використання різноманітних відео онлайн-платформ, найпопулярнішою з яких є YouTube» [78, с. 85]. Також ютуб став майданчиком для появи такого явища, як відеоблогінг.

Український інтернет-простір характеризується наявністю й активним розвитком такого комунікативного середовища, як блогосфера (англ. blogosphere). Блогосфера являє собою сукупність блогів у формі спільності чи соцмережі. Між авторами блогів (блогерами) українського сегменту Мережі наявні тісні взаємозв'язки, вони цікавляться контентом один одного, коментують його, посилаються один на одного, формуючи таким чином особливу субкультуру, що є важливим об'єктом дослідження суспільної думки в контексті сучасних глобальних соціальних тенденцій [48, с. 278-279].

Будучи складником комунікативного простору, блогосфера позначена такими специфічними рисами, як глобальність і демократизм. Оскільки в ній практично немає чітких державних, політичних, економічних, соціальних і вікових кордонів, виникають можливості бути залученими до міжкультурної, масової та міжособистісної комунікації для учасників зі всього світу. Також блогосфера характеризується такими ознаками:

а) суб'єктивністю (озвучена в блозі позиція часто є індивідуальною думкою певного учасника комунікації);

б) використанням анонімного авторства (такий метод дає змогу уникати у блозі стереотипів чи персоніфікації позиції; відбувається акцентування уваги більше на озвученій проблемі, ніж на самому блогері);

в) гіперлокальністю (надається інформація про певні теми з вуст обізнаного суб'єкта);

г) просторовістю (блог несе міжнародну інформацію та водночас є каналом її поширення, оскільки блогосфера не має обмежень щодо кордонів, континентів, юрисдикції держав тощо [82, с. 363-364]).

Характерною особливістю блогів є «можливість публікації відгуків, коментарів відвідувачами. Вона робить блоги середовищем мережного спілкування, яке має ряд переваг перед електронною поштою, групами новин, веб-форумами й чатами, тому інтернет-блоги привертають увагу багатьох політиків, які прагнуть іти в ногу з часом. З одного боку, блоги популяризують актуальні дані з менш цікавих блогів, одночасно звертаючи на них увагу читачів. З іншого боку, такі блоги мають власну точку зору на те, що цікаво читачам, а що ні» [58].

Якщо розглядати блог як складник масових комунікацій з позицій ефективності, то виразною його ознакою є оперативність: блогери часто повідомляють про події швидше, ніж це роблять традиційні ЗМІ. Насамперед подібні випадки зазвичай стосуються поширення інформації від очевидців. Водночас автори блогів можуть не зважати на професійні вимоги до новин ЗМІ, опублікована ними інформація часто не проходить обов'язкової перевірки та обробки, характерної для професійної журналістики. З огляду на сказане, «оперативність блогосфери може супроводжуватись зниженням якості інформування – мовної та стилістичної грамотності текстів, достовірності даних; блоги мають найнижчий рівень аналітичності і досить часто містять тільки суб'єктивну думку. Суб'єктивність подачі матеріалів є загальною рисою для всіх сегментів блогосфери, як і персоналізація за рахунок формування в текстах особистісної позиції автора. Така риса як анонімність важлива не лише в контексті розвитку блогосфери в умовах недемократичних суспільств і

політичних переслідувань, а й зумовлює психологічний комфорт комунікантів, створюючи, щоправда, ризик відчуття відсутності контролю та загострюючи питання довіри до невідомої особи» [67, с. 100].

Складником блогосфери є відеоблог (vlog). Поняття відеоблог похідне від блог. Так називається персональний сайт чи сторінка в соцмережі, на якій користувач регулярно публікує короткі відеоролики. Головна різниця між блогом та відеоблогом криється у форматі подання інформації. «Зарубіжний дослідник Дж. Вармброд окреслив відеоблоги як «блоги, де кожен пост – відео». Тісна взаємодія інтернет-простору і телебачення простежується в технологіях створення відеоблогів. Сам формат «відео» є телевізійним форматом подачі інформації. Таким чином, межа між інтернетом і телебаченням поступово стирається. А популярність відеоконтенту можна пояснити тим, що відеоблог об'єднав усі ознаки інтернет-комунікації сучасного суспільства» [71, с. 208].

Відеоблогінг здійснює нині значний вплив на громадську думку. Практика знає навіть рейтинги топблогерів, які мають у цьому плані високі показники. Такі блогери отримують за працю великі гонорари. З ними співпрацюють потужні світові компанії у сфері реклами своєї продукції. Загалом, відеоблогінг – це одна з форм вебтелебачення, тому й транслюється він через відео, яке автор блогу завантажує в інтернет. У кожного відеоблогу є своя цільова аудиторія. І йдеться тут більшою мірою не про якість контенту, а про якість його формального втілення. Якість цієї форми прямо пропорційна широті цільової аудиторії. По суті відеоблоги зі значною кількістю підписників стають рівними таким каналам «передачі інформації, як ЗМІ. Причому ці умовні «ЗМІ» практично не регулюються юридично з боку держави (законодавчий аспект функціонування відеоблогів перебуває на стадії розробки). Саме через впливовість і відсутність регуляторної політики з боку держави роблять відеоблоги дуже привабливим альтернативним каналом поширення інформації для офіційних медіа» [26, с. 3-4]. Тобто можна говорити, що телебачення (та й не тільки) переходить у ютуб. Цією нагодою вміло скористалися значна кількість професійних журналістів, створивши свою ютуб-канали та розпочавши

активне мовлення на них. У такому разі ці канали можуть з повним правом претендувати на статус ЗМК, хоч і ці канали й далі називають блогами, їхніх авторів за традицією – блогерами. Водночас такий підхід просто підкреслює той факт, що подібний журналіст-блогер здійснює мовлення не від імені свого ЗМК, а від себе особисто.

2.3. Еволюція журналістських жанрів і форматів у цифровій журналістиці

Стрімка технологізація комунікативних процесів, з одного боку, створює передумови для трансформаційних процесів у сфері журналістських жанрів, а з іншого – саме життя ставить цю проблематику на порядок денний, оскільки змінам підлягають не тільки креативна діяльність, спрямована на створення контенту, а й реципієнтна аудиторія, яка перебуває в контексті згаданих технологізаційних змін, оскільки постійних змін зазнають саме потреби адресатів журналістської творчості, що відбуваються як результат технологізаційних перетворень. Обопільний характер цього процесу залишав і залишає зовсім мало шансів для збереження традиційної системи журналістських жанрів. Спираючись в основному на традиційну жанрову систему журналістики, нові жанри, що почали виникати внаслідок появи онлайн-журналістики, віддзеркалюють специфіку нового рівня сприйняття інформації реципієнтом. Справедливо зауважують дослідники про те, що «медіа вже треба зважати на сформовані нові звички аудиторії. Зокрема, у людей змінилися звички у читанні: вони читають менше друкованих видань, але явно більше читають в Інтернеті, особливо в разі зацікавленості у запропонованій темі; у візуальному сприйнятті: наше розуміння подій та сприйняття навколишнього світу все частіше визначається маніпуляціями з високошвидкісним редагуванням фото і відеоінформації; в слуховому сприйнятті: люди все ще слухають радіо, але набагато частіше слухають радіостанції в Інтернеті, виконуючи в цей час інші завдання, що відповідає тенденціям нашої поведінки при перегляді телепрограм; людина стає

багатозадачною: сучасні користувачі продукції ЗМІ все частіше споживають інформацію одночасно з різних джерел, а саме телевізору, одночасного перегортання журналу або газети, паралельно вводячи в пошуковий рядок браузера слова, що нас зацікавили» [14, с. 60].

Згадана «багатозадачність» сучасної людини як споживача інформаційного (медійного) продукту змушує журналістів шукати нові способи та форми втілення створюваного ними контенту та спонукає до мультимедійності – подання інформації шляхом використання різнопланових медіаплатформ; до комбінування вербального (текст), аудіального (звук) та візуального (фотографія, відео, графік, анімація разом з рештою усіх можливих похідних форм) інструментарію. З одного боку, в такій ситуації розпочалася до певної міри експансія аудіовізуальної форми подання інформації у напрямку текстів. З іншого, – відбувається поступове розмивання кордонів, що існували між різними формами репрезентації інформації, адже тепер з'явилася можливість передавати і вербальний, і аудіовізуальний блок трансльованого контенту тим самим медійним каналом в інтерактивному режимі. Мультимедійний характер журналістської репрезентації інформації створює передумови для розширення можливостей її сприйняття адресатом, дає змогу задовольнити нові інформаційні потреби сучасної аудиторії, яка постійно стає усе вибагливішою. Водночас, як констатує В. Рябічев, «використання мультимедіа в інтернет-журналістиці передбачає як позитивні, так і негативні сторони. Журналісти мають вбачати у мультимедіа засіб збагачення матеріалу, не переобтяжуючи ними сайт. Важливо при цьому враховувати принцип Оккама з теорії інформації: найточнішим повідомленням є повідомлення мінімальної довжини. При професійному підході інтерактивні елементи допоможуть створити матеріал, який поєднує всю глибину друкованої журналістики та звук і відео телерепортажу» [72, с. 70].

Поряд з мультимедійністю інтернет-журналістики варто поставити її гіпертекстуальність та інтерактивність, що стали для неї основними ознаками. Ці її параметри спричинили виникнення журналістських жанрів нових типів.

Специфікою гіпертексту є те, що він ґрунтується на зв'язку між окремими носіями інформації, який забезпечується вмонтованими в такий текстовий різновид гіперпосиланнями. «Гіпертекстуальність істотно розширює можливості інтернет-ЗМІ, адже порівняно з традиційними друкованими носіями нелінійна організація тексту дає читачеві змогу самому обирати послідовність ознайомлення з інформацією. Виходить, що кожен читач, активуючи серію гіперпосилань за власною логікою чи бажанням, щоразу формує новий варіант гіпертексту з індивідуальним змістом. У контексті взаємодії інтернет-видання з читачем гіперпосилання набувають визначальної ролі: від їхнього оформлення, змісту, прагматично-комунікативних настанов залежить, чи зацікавить читача інформація, яку вони пропонують» [36, с. 59].

Інтерактивність – це багатобічний обмін інформацією адресанта з її адресатами, їхня оперативна діалоговість. Вона дає змогу реципієнту стати активним споживачем інформаційного продукту через «можливість коментувати, приймати участь у дискусіях з обраної теми, як максимум, стати активним учасником або навіть співавтором чи автором журналістського тексту. Саме ці характеристики, по суті, зумовили процес формування нових жанрових форм журналістики» [14, с. 61].

Нівелювання, розвиток та модифікація традиційних класифікацій жанрів і форматів, що відбулася в цифровому медіасередовищі, спричинені процесами цифровізації та конвергенції, стали причиною того, що осмислення цих змін усе менше знаходить пояснення крізь призму традиційних медійних теорій. Відбувається це тому, що: 1) цифрове медіасередовище характеризується наявністю значної різноманітності медійних форматів, кваліфікувати які як традиційні не має підстав; ідеться про інфотейнмент, лонґріди, віртуальну й доповнену реальність, різні ігри; водночас швидко здобувають популярність такі жанри, як подкаст, короткочасна історія, онлайн-трансляція, стрім. Новизна цих інформаційних форматів має доволі умовний характер, оскільки вони сприймаються як звичні і самими медійниками, і їхньою реципієнтною аудиторією; 2) в один лонґрід може входити поряд з інтерактивним таймлайном

також анімована інфографіка; жанр «новинні програми» трансформується в ньюз-шоу, що має гібридний характер, поєднуючи різні жанри та формати; гібридним форматом виступає «thanksjournalism» («спасибі-журналістика»), поєднуючи в собі ознаки донейта й краудфандинга; 3) нині можна почути різні погляди на жанрові особливості цифрової журналістики. Є думка, що інтернет і соцмережі розмили межі традиційних журналістських жанрів (прикладом можуть слугувати такі нові свого часу жанри як «журналістика скріншота» й «журналістика повсякденних знімків»). Також вважають, що, з одного боку, в основанні жанрового поділу цифрової журналістики лежить традиційна (використовуваної в друкованих ЗМІ) жанрова типологія (скажімо, блог сприймається як новий різновид класичного нарису – традиційного публіцистичного жанру; з іншого ж боку, наявність таких засобів, як аудіовізуальний контент, графічні, мультимедійні, інтерактивні технології, є передумовою для створення у цифровому медіасередовищі нових жанрів, притаманних саме цій медіасфері (скажімо, онлайн-інтерв'ю чи онлайн-репортаж). Також особливістю аналізованої ситуації є те, що все частіше у вивченні у інтернет-журналістики спостерігається відхід від обмеження рамками поняття «жанр», вдаючись до формулювань, що мають більш умовний характер (скажімо, «інноваційні способи представлення інформаційного контенту» чи «нові способи формування контенту з використанням цифрових технологій»). Разом з тим цифрове медіасередовище позначене термінологічною невизначеністю. Можна натрапити на випадки, коли різні видання своїм мультимедійним проектам дають різні назви («візуальні історії», «інтерактивний сторітелінг», «мультимедійні історії» чи просто «лонгрід»). Паралельно відбуваються суперечки про те, як кваліфікувати згадані поняття: як жанри чи як формати. Скажімо, лонгрід можна побачити як серед «жанрів цифрової журналістики», так і серед «форматів». Проте в реальності часто жанрову різницю між журналістськими матеріалами нечітко розуміє як адресатна аудиторією, так і самі творчі журналістського продукту. Тому можна констатувати, що нині в медійній сфері немає чітко вибудованої теорії

мультимедійних жанрів і форматів, яка б спиралася на всі погляди та урахувала всі специфічні параметри мультимодальних, мультитехнологічних жанрів та форматів [42, с. 24-25].

Водночас поряд із наведеними, діють також інші тенденції. Про них пише Л. Городенко. Загалом дослідниця погоджується з тим, що глобалізація комунікаційних процесів та поява інтернет-медіа спричинили трансформації у сфері класичних жанрів, що зумовлюється, по-перше, потужнішим потенціалом інтернету у функції ЗМІ; по-друге – прогресом у галузі інформаційних технологій; по-третє – відсутністю у мережі цензури та її демократичністю. Однак відсутність цензури в інтернеті не є реальним доказом демократичності. «Відсутність хоч мінімальної редакторської правки, – зазначає Л. Городенко, – таїть у собі ряд небезпек. І не тільки у жанровій недосконалоості. Змістова наповненість деяких виступів залишає бажати кращого. Виникає природне запитання: чому трапилась така ситуація? Відповідь надзвичайно проста: кожен, хто знає букви і вміє скласти слова у примітивне речення, може виступити в інтернеті виробником інформації. Саме тому говорити про досконалість жанрів у мережі нема сенсу. Негативні аспекти, про які ми говорили раніше, стосуються, перш за все, непрофесіональних мовців, які вважають себе не тільки носієм первинної інформації, але й провідним журналістом» [18].

Висновки до розділу 2

Отже, незважаючи на те, що телебачення і далі займає лідерські позиції на сучасному медійному ринку, поступово його підтискають інтегровані медіа, які мають низку переваг порівняно з консервативністю телебачення (архівованість матеріалів, можливість користуватися у будь-який час, розміщення поряд з професійними також аматорських аудіовізуальних творів). Найбільшим і найпопулярнішим інтернет-відеохостингом нині є ютуб, що відкрив широкі перспективи для подальшої медіатизації людства та перетворився на потужний і зручний майданчик для ведення медійної діяльності. Як медіаструктури, що

займаються професійною інформаційною діяльністю, так і окремі індивіди, що з журналістикою не мали нічого спільного, отримали змогу реалізувати свої наміри у формуванні медійного простору та медіаринку. Специфічною рисою взаємодії творця інформаційного продукту з його адресатом є переміщення на провідні позиції візуалізації даних та інформації. Уміле використання «візуальної мови» є досить значною перевагою виробників контенту в цифровій журналістиці.

Відеоблогінг – це компонент нового інформаційно-комунікативного явища, що має назву «блогосфера» та є однією з форм вебтелебачення. Він об'єднав усі ознаки інтернет-комунікації сучасного суспільства, характеризується суб'єктивністю подачі матеріалів, має свою цільову аудиторію, здійснює значний вплив на громадську думку та став альтернативним каналом поширення інформації для офіційних ЗМІ. Ютуб-канали, на яких і ведуть активне мовлення відеоблогери, з повним правом претендують на статус засобів масової комунікації, де журналісти-блогери виступають від себе особисто, а не від імені своєї медіаструктури.

Такі нові комунікаційні умови споживання інформації та обміну нею виробляють нові звички в реципієнтної аудиторії, на які учасникам масмедійного ринку треба зважати, щоб бути успішними та мати свою аудиторію, яка все більше стає «багатозадачною», оскільки отримала змогу отримувати інформаційний продукт, одночасно користуючись кількома джерелами. Ця обставина підштовхує медійників до пошуку нових способів та форм донесення інформації до кінцевого споживача, що створило передумови для мультимедійності – комбінованого підходу у використанні медійного інструментарію, поєднуючи вербальність, аудіальність та візуальність. До мультимедійності додається також гіпертекстуальність та інтерактивність інтернет-журналістики. Наслідком чого стала поява журналістських жанрів нових типів.

РОЗДІЛ 3

СТАН І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО ПОЛІТИЧНОГО ВІДЕОКОМЕНТАРЯ

3.1. Персоналії та канали політичного відеокоментування

Політичне відеокоментування на ютубі набирає в останнє десятиліття усе більших обертів (особливої активності воно набуло в період повномасштабного вторгнення країни-окупанта на територію України). З одного боку, причинами такої ситуації стало те, що відбувається постійне вдосконалення самого інструментарію й можливостей функціонування інтернет-відеохостингу ютуб, що тягне за собою збільшення кількості як творців відеоконтенту, так і його споживачів, розширення ютубівського інформаційно-«виробничого» ринку. З іншого, – динаміка розвитку політичного життя як у середині країни, так і на міжнародній арені вимагає від учасників віртуального комунікативного процесу звертати увагу на події, факти, явища суспільно-політичного життя, медійних персон тощо, одних (реципієнтів) шукати відповіді на багато нагальних питань, що їх ставить насичена політико-соціальна діяльність, а інших (авторів відповідного контенту) – готувати відповіді на ці запитання і доносити їх до перших. Споживач намагається почути пояснювальне слово або від фахівця-медійника, або від блогера-аматора, назви ютуб-каналів яких для аудиторії стали брендовими. І тут багато важить: а) зануреність політичного відеокоментатора в аналізовану проблематику, володіння темою; б) здатність поєднати минуле з майбутнім через наведення між ними причиново-наслідкових «мостів»; в) вміння донести результати своєї аналітики до кінцевого споживача; г) стилістична вправність як на вербальному рівні, так і в царині відеокомпонента політичного коментаря, його продуманість та креативна наповненість/оформленість; г) моделювання аудиторії (вміння «побачити» свого глядача); д) використання своїх «фішок» та оригінальних творчих маркерів, що

індивідуалізують як виготовлюваний контент, так і самого автора політичного відеокоментаря.

Усіх медійників, що створюють контент у жанрі політичного відеокоментаря, можна поділити на дві групи:

1) професійні журналісти (люди з досвідом роботи в медійних структурах, чинні журналісти);

2) громадянські журналісти (комунікатори, для яких політичне коментування є виявом громадянської позиції та громадянської діяльності).

Датою появи громадянської журналістики вважають трагічні події, що трапилися 11 вересня 2001 року у США, коли захопленими терористами ісламістської організації «Аль-Каїда» пасажирськими літаками з людьми були атаковані нью-йоркські північна та південна вежі Всесвітнього торгового центру. Відео однієї з цих атак зробили звичайні громадянки, що випадково стали свідками трагедії. Саме їхні кадри потім використовували світові ЗМІ, а не матеріали професійних журналістів.

Поява громадянської (громадської) журналістики дослідниками кваліфікується «як своєрідна альтернатива традиційному журналізму. Вона стала закономірним і прогнозованим викликом суспільства на роботу ЗМІ, якість інформування яких перестала його задовольняти. Засилля в медіа замовних матеріалів, прихованої реклами (так званої «джинси»), завуальоване чи відкрите прислугування ЗМІ й журналістів владі чи пов'язаній із нею олігархії і, як наслідок, свідоме подання недостовірної, необ'єктивної інформації – всі ці аморальні явища глибоко обурюють аудиторію, призводять до її відчуження від ЗМІ, спонукаючи її брати на себе провідну роль у формуванні й циркуляції масовоінформаційних потоків. Вже сьогодні широкомасштабний інформаційний обмін за допомогою громадських медіа, соціальних мереж, блогів становить серйозну конкуренцію традиційним ЗМІ. Такі форми спілкування набувають дедалі більшої популярності в інформаційно-комунікативному просторі. Громадянська журналістика є могутнім засобом

самопросування соціуму на шляху до громадянського суспільства, формою публічної участі громадян у суспільно-політичному житті» [16, с. 469].

Значно помітними різні прояви громадянської журналістики стали з 2014 року, коли росія вторглася до АРК та Донецької і Луганської областей України. Підготовчі процеси для цих загарбницьких дій, що порушують норми міжнародного права, країна-агресор розпочала давно. Одним з серйозних факторів цих процесів «стала активна російська пропаганда, яка заповнила весь інформаційний простір. Водночас з українського боку відповідь виявилася несумірною. виправити цю програшну ситуацію взялися громадянські журналісти. Почали з'являтися ютуб-канали, творці яких поклали початок протидії ворожій пропаганді» [10, с. 6.2.163].

До першої групи політичних відеокоментаторів можна зарахувати зокрема таких медійників:

1. Віталій Портников. Віталій Портников – український, журналіст, публіцист, письменник, політичний оглядач, автор аналітичних статей політичної та історичної тематики, що публікуються в низці українських видань; член громадської організації «Український ПЕН», завдання якої: а) захищати свободу слова і права авторів; б) сприяння розвитку літературної галузі в Україні та міжнародної культурної співпраці; лауреат Шевченківської премії 2023 року в номінації «Публіцистика, журналістика» за «публіцистичні статті та виступи останніх років». Назва ютуб-каналу – «Віталій Портников» [96]. Медійник так описує свою інтернет-платформу для комунікації з аудиторією: «Це – канал авторських коментарів Віталія Портникова. Говоримо з вами про головні події в Україні і світі, разом думаємо про майбутнє, дискутуємо й шукаємо вихід з ситуацій, які тільки здаються безвихідними». Ютуб-канал «Віталій Портников» створено 6 лютого 2010 р. Підписалося на нього 474 000 користувачів, завантажено на нього 1 800 відео, канал має 139 606 067 переглядів.

Також в описі каналу в рубриці «Посилання» автор наводить як додаткові інформаційні платформи для спілкування з аудиторією, так і інтернет-

платформи, що дають змогу реципієнтам матеріально подякувати журналістові-коментатору за його інформаційно-просвітницьку діяльність:

Buymeacoffee buymeacoffee.com/portnikov



Patreon

patreon.com/portnikov?fan_landing=true&fbclid=IwAR3cINtOgaCNXsFfSmjsSuycdL7Mp06gbLkC1y80CYjKTt0DBCIaA2Csgcg



Портников. Аргументы youtube.com/channel/UCTFygGgLG2OPIVsBZ7xeCjg



Facebook facebook.com/portnikov



Twitter twitter.com/portnikov



Telegram t.me/portnikov

2. Роман Цимбалюк. Роман Цимбалюк – український журналіст, працював власкором УНІАН у РФ. Упродовж шести років (2017 – 2022) він був останнім українським журналістом, який на постійній основі мав акредитацію при Міністерстві закордонних справ РФ. У цей час запам'ятався тим, що ставив прямі та незручні запитання російському керівництву. Назва ютуб-каналу – «Роман Цимбалюк» [115]. Канал створено 1 жовтня 2011 р., переглянуло його 661 436 473 глядачів, має 1,17 млн підписників та містить 4 тис. відео. Автор так характеризує свій канал: «Усім привіт! Мене звати Роман Цимбалюк, я репортер. Мій блог про поточний момент "двосторонніх відносин" України та РФ. Чому в лапках, бо відносин давно вже немає, є війна. Це мій суб'єктивний погляд на події, дії та заяви з РФ щодо України» (російською). Як впливає із самохарактеристики каналу журналіста-коментатора, свій ютуб-канал дає змогу подавати «суб'єктивний погляд на події».

3. Арсен Цимбалюк. Арсен Цимбалюк – це український журналіст (телеведучий прямих ефірів на 24-му каналі та автор сатиричних матеріалів на політичну тему). Назва його популярного ютуб-каналу – «"Разбор помёта" с Арсеном Цимбалюком» [114]; інформаційне спрямування та медійна філософія цього ютуб-ресурсу – протидія російській пропаганді. Функціонує на платформі

ютуб-каналу 24 каналу. Про цей канал на його сайті можна прочитати таке: «24 канал – це українське ЗМІ (входить інтернет-видання та телевізійний канал), що мовить з 1 березня 2006 року. 24 Канал в формі інтернет-видання надає новини України та світу, події політики, економіки, соціально значущі матеріали, а також спортивні репортажі, статті про світське життя та шоу-бізнес. Ми прагнемо служити всьому суспільству, виробляючи суспільно важливий якісний медійний продукт у різних жанрах» [109]. На каналі наявні 80 відео, перегляд яких складає 25 409.

4. Денис Казанський. Денис Казанський – український журналіст (інтернет-ЗМІ «ОстроВ»), політичний оглядач і блогер. Його перу належать книги «Як Україна втрачала Донбас» та «Чорна лихоманка», у яких автор розповідає про події на Донбасі. Свого часу входив до Тристоронньої контактної групи з мирного врегулювання ситуації на Сході України. Назва його популярного ютуб-каналу – «Denis Kazanskyi» [86]. Канал створено 20 листопада 2009 р. Кількість: а) переглядів – 394 779 363; б) підписників – 817 000; в) відео – 2 200. Автор так його характеризує: «Відеоблог Дениса Казанського, дорожні нотатки, коментарі щодо соціально-політичної та економічної ситуації в Україні, огляд важливих подій підконтрольній Україні частини Донбасу, а також огляд подій в ОРДЛО без цензури» (російською).

5. Катерина Соляр. Катерина Соляр – українська журналістка, телеведуча/радіоведуча (24 канал, Радіо «Максимум», Lux FM), відеоблогер. Назва каналу – «Катерина Соляр» [104]. Канал створено 31 жовтня 2012 р. Кількість переглядів – 24 176 016. Підписалося на канал 105 тисяч користувачів. Розміщено на каналі 334 відео. Характеристику каналу авторка дала образно і дотепно: «♥ Я як Левітан, тільки жінка ♣». Цікавим і показовим тут є факт використання прізвища «Левітан» у функції алюзії на образ радянського актора та диктора Юрія Борисовича Левітана (1914 – 1983), який у період 1941–1945 рр., коли тривала Друга світова війна, став на радянському радіо офіційним голосом керівництва СРСР, який доносив до громадян накази Верховного Головнокомандувача Йосипа Сталіна та повідомляв ситуацію на фронтах від

Радінформбюро (Радянське інформаційне бюро – інформаційно-пропагандистська структура, яка в політико-ідеологічному плані була підпорядкована ЦК ВКП (б); функціонувало в СРСР у 1941 – 1961 рр., засноване 24 червня 1941 року (відразу після вторгнення Німеччини на територію Радянського Союзу) при Наркоматі закордонних справ СРСР). Унікальний тембр голосу Юрія Левітана став причиною того, що саме йому доручили повідомити «радянський народ» про падіння Берліна і капітуляцію Німеччини.

6. Анастасія Норіцина. Анастасія Норіцина – українська журналістка, ведуча 24 каналу (рубрики "Обережно! ЗОМБОЯЩИК" та "Лицемери"). Назва каналу – «Анастасія НОРІЦИНА» [92]. Канал розпочав свою роботу 6 травня 2020 р. Він має: а) 727 960 переглядів; б) 7 570 підписників; в) 204 відео.

7. Костянтин Андріюк. Костянтин Андріюк – телеведучий, журналіст-розслідувач, автор документальних програм і документальних фільмів, головний редактор, володар премії “Телетріумф” (2008) за найкращу спортивну програму (“ПроЛігу”). Назва каналу – «ЗупиниЛося» [103]. Канал створено 12 вересня 2018 р. Мету проекту «ЗупиниЛося» автор визначав як «підвищити культуру на українських дорогах. Нам, як і вам, набридли лосі за кермом, і ми вирішили діяти. Будемо пояснювати водіям ПДР, допомагати дотримуватись правил і провчати злісних порушників. Підписуйтеся на наш канал, дивіться відео, ставте лайки, поширюйте серед своїх друзів і пишть коментарі! Саме з вашою допомогою наш проект зможе існувати і розвиватись!» Однак після повномасштабного вторгнення рф тематика відеоматеріалів цього каналу змінилася на користь політичного коментування. Канал має 544 тисячі підписників, 150 347 724 перегляди, на ньому розміщено 632 відео.

8. Олександр Кушнар. Олександр Кушнар – заступник головного редактора новинного інтернет-видання «Амурбург», журналіст радіостанції «Радіо Свобода», головний редактор новинного сайту «Newsader». Назва ютуб-каналу – «Newsader» [87]. Автор так характеризує призначення каналу: «Newsader – незалежне інформаційно-аналітичне видання, яке стоїть на варті ліберального світопорядку. Ми служимо громадянському суспільству. Ми

захищаємо невинних. Ми зберігаємо вірність західним цінностям. Ми інформуємо, розслідуємо, освічуємо» (російською). Канал створено 21 січня 2019 р., підписалося на нього 692 000 користувачів. На каналі розміщено 2 271 відео, він має 336 981 329 переглядів.

9. Яніна Соколова. Яніна Соколова – українська журналістка, акторка, блогерка, медіаамбасадорка руху за права жінок HeforShe в Україні; авторка і ведуча програми «Рандеву» на 5-му каналі, ютуб-проектів «Вечір з Яніною Соколовою» (російською) та «Соромно!»; володарка першого місця в рейтингу найпопулярніших блогерів України (2019) за версією користувачів сайту телеканалу ICTV. Назва ютуб-каналу, який створено 12 лист. 2014 р., – «Yanina Sokolova» [90]. Підписалося на нього 871 тисяча користувачів, розміщено на ньому 887 відео, канал має 172 042 100 переглядів. Авторська характеристика каналу: «Вітаю, друзі, у моєму особистому YouTube-каналі. Тут – кращі фрагменти з "Вечора", стріми, презентації та спілкування. Дякую, що дивитесь і підписуєтесь!».

10. Тарас Березовець. Назва ютуб-каналу – «Тарас Березовець» [119]. Канал створено 13 груд. 2012 р., має 234 453 697 переглядів; підписалося на канал 766 тис. користувачів, на ньому розміщено 1,2 тис. відеороликів. Автор подає таку коротку характеристику каналу: «Коротко про найважливіші та значущі події в Україні та світі» (російською) і зазначає, що це «офіційний youtube канал Тараса Березовця» (російською) і тут же дублює цю інформацію англійською: «Official youtube channel of Taras Berezovets».

Далі з опису можна дізнатися, що автор – телеведучий каналу "Прямий"/ Anchorman at Pryamui, президент Фонду національних стратегій/ CEO Fund for National Strategies, ідеолог проєкту FREE CRIMEA/ Founder FREE CRIMEA. Тут же можна дізнатися про наявність ще одного авторського каналу Тараса Березовця, що має назву «Разбор полётов» [113], а також про авторський канал шортс, який називається «Berezovets shorts» [85]. Як можна зауважити, модель подання інформації про медійну діяльність автора ютуб-каналу витримується

однаково: «назва російською + назва англійською». З цього можна зробити висновок про моделювання журналістом-коментатором своєї реципієнтної аудиторії за мовним принципом. Однак можна спрогнозувати, що власне українську аудиторію Т. Березовець розглядає як таку, що знає одну з цих мов, і сприйняття його інформаційної діяльності (медійної творчості) не наражатиметься на перешкоди нерозуміння.

11. Віктор Литовченко. Віктор Литовченко – український журналіст (газети «Діло», «Фінансова Україна», «Діловий тиждень»); ведучий телепрограм «Парк автомобільного періоду» та «Технопарк» («1+1»), «Вата News» («Еспресо.TV»); брав участь у зніманні телесеріалів та історичних фільмів.

«Віктор Литовченко, – зазначає А. Печерський, – одна із найяскравіших зірок українського сегменту ютубу, засновник надзвичайно популярного youtube-каналу «ВАТА TV». Як для блогерського проєкту «ВАТА TV» має не лише значну кількість підписників – понад 200 тисяч. На тлі інших відеоблогів проєкт Віктора Литовченка та його команди вирізняє також тривала історія, телевізійна професійність та регулярність виходу відеосюжетів, оригінальний аналітично-гумористичний формат і головна мета – боротьба проти рашистської пропаганди» [63]. 2018 року «Факти ICTV» у межах унікального проєкту, що мав назву «ТОП-100 блогерів України», де щороку користувачі всесвітнього павутиння мали змогу визначити найкращого інтернет-автора (блогера, громадянського журналіста), Віктор Литовченко переміг у категорії «Народний вибір», здобувши 12 890 голосів. Ведучий ютуб-каналу «ВАТА TV» в іронічно-гумористично-сатиричному стилі коментує ключові події та факти, яким характеризується так званий «російський світ» [28]. Особливістю цього політичного коментатора є інструмент комунікації – російсько-українська мішанина (суржик).

Ютуб-канал, має назву «ВАТА TV» [97], часто визначають як «український сатирично-політичний телепроєкт». Сам автор так «розшифровує» цю назву-аббревіатуру: «ВАТА TV – Всесоюзное

Аналитическое Телевидение Атечества нашего свободного». Створено його 29 грудня 2014 р. На канал підписалося 215 000 користувачів. Завантажено 2 066 відео. Канал має 141 847 193 перегляди. В описі до каналу (теж суржиком) автор надає різнопланові платформи як для допомоги проєкту «ВАТА TV», так і для допомоги Збройним силам України.

В одному з інтерв'ю В. Литовченко констатував: «Ідея проєкту виникла з огляду на політичну ситуацію 2014 року, коли почалася війна й усі були «заточені» під пошук інформації про неї. До того ми займалися різними речами, але все крутилося навколо телебачення. У нас є своя студія, апаратура, оператори – тобто були всі технічні можливості. Оскільки ми люди патріотичні, то, звичайно, постійно говорили між собою про війну за російською федерацією, про політику. І зрештою, якимось сидючи і жартуючи, вирішили все те, про що ми жартували, зняти на відео. Спочатку про проєкт мова навіть не йшла, просто вирішили зняти кілька вдалих жартів. Перші спроби були не дуже вдалими, але воно все якось муляло, що треба такі речі робити, бо на той момент йшов вал російської пропаганди, якому мало що ефективно протистояло, а протистояти було вкрай необхідно» [63].

12. Ольга Лень. Ольга Лень – журналістка, редакторка, телеведуча, політична оглядачка Еспресо.TV. Назва ютуб-каналу – «Olha Len | Ольга Лень» [88]. Канал створено 9 лютого 2012 р., він має 16 325 переглядів; підписалося 329 користувачів, на ньому розміщено 307 відео. Авторка публікує тут свої матеріали, що вийшли на телеканалі Еспресо.TV. Як зазначає А. Овсянніков, «поширення медіапродукту в інтернеті є одним із проявів конвергентності. Її сутність полягає у тому, що традиційні ЗМІ об'єднують свої ресурси, а це створює підґрунтя для появи модифікованих медіа. При цьому контент для різних платформ не може бути створений за єдиними канонами і має відповідати різним вимогам. Наприклад, якщо при плануванні ефіру на ТБ велике значення має час виходу програми, то для відеохостингів цей показник не є пріоритетним. При цьому ключову роль тут відіграють заголовок, картинка на заставці і правильно дібрані ключові слова» [60, с. 68].

Коментування може відбуватися не тільки на ютуб-каналах, але і межах рубрик на ютуб-каналах телевізійних каналів.

До другої групи належать громадянські журналісти, які теж використовують жанр політичного відеокоментаря. Вони застосовують практично той же самий інструментарій, адже розвиток інформаційних технологій дає такі можливості для всіх, та й жанрова логіка такого різновиду комунікації автора з аудиторією диктує саме такий стратегічний підхід.

1. Андрій Луганський. Андрій Луганський (справжнє ім'я Андрій Серебрянський) – український відеоблогер, телеведучий (програма «Вата шоу» на телеканалі Прямий (разом з Андрієм Полтавою), волонтер, один з лідерів рейтингу ТОП-100 блогерів. Він має кілька ютуб-каналів:

а) «Андрей Луганский TV» [94]. Канал створено 8 квітня 2018 р. Підписалося на нього 114 тис. користувачів; розміщено на ньому 211 відео; має 23 361 853 перегляди. Про «місію» каналу автор нічого не зазначає, а лише спонукає підписників до передплати: «Підтримай Луганського передплатою на Patreon – <https://www.patreon.com/luga>» (російською);

б) «Андрей Луганский БЛОГ» [124]. Ютуб-канал створено 20 квітня 2018 р. На нього підписалися 231 тисяча користувачів. Автор розмістив 304 відео. Канал має 37 722 595 переглядів. Про сам канал автор зазначає тільки, що передплатники користуватимуться перевагами у перегляді відео: «Patreon <https://www.patreon.com/luga> передплата дає можливість дивитися відео в ранньому доступі» (російською);

в) «Андрей Луганский 2» [93]. Канал створено 6 грудня 2017 р. У нього є 295 000 підписників, 555 відео і 55 411 981 перегляд. Про канал автором повідомлена та ж сама інформація, що й відносно до попереднього: «Patreon <https://www.patreon.com/luga> передплата дає можливість дивитися відео в ранньому доступі» (російською). Мова – російська.

2. Дмитро Чекалкин. Дмитро Чекалкин – український перекладач, дипломат, політшоумен, генеральний директор рекламної агенції «DIVA Production», лауреат низки медійних премій, учасник телешоу «Золотий Гусак»,

автор медійних проєктів «Операція проФФесор», «Веселі яйця», «Все геніальне – у тостах», «Розіграли!». Назва ютуб-каналу «Дмитро Чекалкин» [100]. Канал створено 24 лютого 2010 р., має 364 тисячі підписників, 1 667 відео, 78 869 577 переглядів. Про канал автор зазначає: «Всі бажаючі підтримати проєкти "СаундЧек" та "Людський фактор" можуть скористатися платформою Patreon, або зробити благодійний внесок на карту Приватбанку 5218 5722 2196 9046, або https://www.patreon.com/dmytrychekalkyn?fan_landing=true Щодо придбання книги "Человеческий фактор" звертайтеся за номером (063) 430-57-85. Додавайтеся: Моя офіційна сторінка у Facebook: <https://www.facebook.com/Dmitriy.Chekalkin/> Офіційна сторінка у Telegram: https://t.me/dmitriy_chekalkyn Офіційна сторінка у Instagram: https://www.instagram.com/dmitriy_chekalkin/» Мова каналу – російська, українська. В інтерв'ю для онлайн-видання «Главком» Дмитро Чекалкин пояснив причини, які спонукали його до того, що він зайнявся медійною діяльністю в соцмережах та на відеохостингу ютуб: «Загальносвітові і українські тенденції зараз такі, що телебачення відходить на задній план, а на перше місце серед джерел отримання інформації українці ставлять саме соціальні мережі. В першу чергу – Facebook і YouTube, меншою мірою – Twitter і Instagram. Але Facebook став головним майданчиком для обміну думками і просування важливих меседжів, зокрема в площині протидії російській агресії. Висновки всіх аналітичних центрів західного світу свідчать, що головною загрозою стабільності цивілізованого світу сьогодні є не Талібан чи ІДІЛ, не ядерні програми Північної Кореї чи Ірану, які сьогодні забезпечують кадровим потенціалом мої колишні однокашники (Чекалкин закінчив Московський військовий інститут іноземних мов – «Главком») та фізики-ядерники з інституту Курчатова. Головною загрозою стабільності світу є кремлівська мавпа з ядерною гранатою в одній руці і потужним пропагандистським апаратом в іншій. Якщо ця мавпа змогла розхитати такі стабільні демократичні країни, як США чи Британія, то що вже казати про Україну, яка сьогодні зазнає інформаційно-психологічних атак? Російська пропагандистська машина отрує

свідомість не лише українців – жертв сотні мільйонів по всьому світі. Я свого часу був маленьким гвинтиком цієї машини і бачив на власні очі, наскільки дієвою вона була тоді. Адже нас готували військовими перекладачами і ми були на перших рубежах ідеологічного фронту. Ми розхитували арабський світ, де розкручували ненависть, відправляючи туди літаками пропагандистську літературу. Саме руйнуванням цієї машини я й переймаюсь» [65].

3. Олексій Гончаренко. Олексій Гончаренко – український громадський діяч, дипломат, народний депутат України VIII й IX скликань, входить до фракції «Європейська Солідарність», бере участь у роботі української делегації в Парламентській асамблеї Ради Європи, у Комітеті ПАРЄ з міграції, біженців та переміщених осіб є віцепрезидентом. Назва каналу – «Алексей Гончаренко» [91]. Канал створено 11 березня 2009 р. Він має 630 996 134 перегляди. Підписалося на канал 1,06 мільйона користувачів, опубліковано 3 тисячі відео. Коментатор політичних подій замість того, щоб навести призначення каналу, його програму інформаційної діяльності просто зазначає специфіку своєї політичної діяльності: «Народний депутат України представляю Україну в Парламентській асамблеї Ради Європи» (російською). Мова – російська, українська.

4. Олексій Петров. Олексій Петров до війни працював менеджером вищої ланки на комерційному підприємстві, потім служив у ЗСУ, після певного періоду мирного життя з початком активної фази війни повернувся до війська, автор книги «Кава з присмаком попелу», відеоблогер. Назва каналу – «ОЛЕКСІЙ ПЕТРОВ Шалений Кіт Інформаційний взводний опорний пункт» [108]. Оскільки автор каналу військовий, то у його назві наявна військова конотація. Водночас є напис і російською: «Алексей Петров». Автор так характеризує призначення каналу: «Просторові роздуми громадянина України та солдата. Про що? Та про все. Про людей. Про життя» (російською). Канал автор створив 13 квітня 2014 р. і до сьогодні розмістив на ньому 917 відео. Кількість підписників сягнула 273 тисяч. Канал має 57 814 018 переглядів.

Також автор зазначив інші інтернет-платформи, на яких можна ознайомитися з його контентом:

а) Facebook <https://www.facebook.com/alex.petrov.3975>

б) Twitter https://twitter.com/Punisher_Cat.

Також є інтернет-адреса, за якою можна купити його книгу «Кава з присмаком попелу» (видана російською мовою): <https://діпа.укр/uk/home/18-kofe-so-vkusom-pepla.html>. Мова – російська.

5. Сергій Стерненко. Сергій Стерненко – український громадський діяч («Небайдужі», «Народна люстрація», «Правий сектор»), блогер, волонтер. Назва каналу – «STERNENKO на зв'язку» [98]. Канал створено 9 березня 2013 р., на нього підписалося 1,79 млн користувачів, нараховує 1 826 відео і 754 745 057 переглядів. Мова – українська.

Практично всі громадянські журналісти, що займаються політичним коментатуванням, збирають донати на ЗСУ. Телеканали можуть використовувати контент успішних громадянських журналістів – політичних коментаторів. Так, скажімо, на ютуб-каналі телеканалу «Прямий» функціонує рубрика «Шалений Кіт на Прямому – Олексій ПЕТРОВ» [125].

3.2. Структура, стилістика і тематичні вектори політичного відеокоментування

Об'єктом для політичного відеокоментування можуть бути обрані: персона політичного діяча, медійні матеріали, політично важлива подія, новини (як українські, так і ті, що приходять із-за кордону).

1) Коментування персони політичного діяча. Для аналізу ми обрали матеріал «Нардепа Шевченка розстріляли тричі, і він вимагає помириться з росіянами» [106] з ютуб-каналу «STERNENKO на зв'язку». Перша частина назви цього відео, що ґрунтується на абсурдному твердженні, містить іронічну інтригу: «Нардепа Шевченка розстріляли тричі». Друга частина матеріалу несе контраверсійно-провокативний сенс: «...і він вимагає помириться з росіянами». У комплексі створюється ефект інформаційної привабливості.

Початок політичного відеокоментаря – відеоцитування об'єкта розгляду – народного депутата Євгенія Шевченка, який пропонує замінити главкома В. Залужного, і, може, тоді будуть прориви. Після цієї цитати С. Стерненко вітається з глядачами (0:06), що є вже традиційним компонентом усіх матеріалів автора, які виходять щодня. Після кожного штриха до портрета головного героя політкоментатор наводить відеоцитати з його виступів. І як підсумок вступної частини – пропонує в усьому розібратися, а також нагадує глядачам (1:16) про потребу підписатися на свій ютуб-канал, поставити лайк під відео і написати до нього коментар. Це теж традиційний складник матеріалів С. Стерненка, оскільки це один зі способів нарощувати кількість підписників та збільшення можливостей відео потрапляти в рекомендації ютуба, що позитивно впливає і на динаміку розвитку каналу, і на його монетизацію. Наступна частина матеріалу – коротка історична довідка про політичну діяльність депутата Є. Шевченка (1:28). Далі у випуску – відеоцитування головного героя, що виголошує антиукраїнські наративи й транслює російські ідеологеми, виступаючи на російському телебаченні та відвідуючи білоруського президента О. Лукашенка, з подальшим авторським коментарем. Відеовставки з Є. Шевченком тут відіграють роль неспростовних доказів його політичної позиції, спрямованої на загравання з країною-агресором. Але після початку повномасштабного вторгнення позиція нардепа різко змінюється і він стає захисником України, з'являючись у залі Верховної Ради України у військовій формі ЗСУ (2:40). Політичний коментатор С. Стерненко намагається розібратися в постаті цього політичного діяча. Наводячи відеоцитати очільника ГУР МО К. Буданова (3:40) та очільника фракції політичної партії «Слуга Народу» Д. Арахамії (3:48), які підтверджують потрібну та конструктивну діяльність Є. Шевченка у співпраці з українською розвідкою на користь Української держави, С. Стерненко, додаючи до своїх коментарів частку іронії (4:54), намагається з'ясувати, де ж правда щодо характеризуваної політико-медійної персони, оскільки наведені факти постають як доволі суперечливі з тим, що говорить у цей же самий сам народний депутат.

Рівень іронічності підвищується наведенням відеомема з О. Арестовичем «Я сам льотчик» (5:06).

Далі в процесі коментування автор наводить відеоцитати й інших медійних персон (А. Шехайлі (5:11), О. Арестовича (7:18), які дають змогу краще розкрити ідейний задум політичного коментатора. Коментуючи, С. Стерненко паралельно розвінчує маніпуляції, до яких вдається Є. Шевченко, стверджуючи, що з країною-агресором можна було домовитися. Спростовує автор політичного відеокоментаря також інші тези нардепа, у яких він робить неправильно політичні оцінки дій російської федерації у контексті розв'язаної нею в Україні війни. Як ілюстративний матеріал С. Стерненко додає відеоцитати міністра закордонних справ росії С. Лаврова (8:20; 8:48). Автор матеріалу аргументовано критикує проросійську політичну позицію Є. Шевченка, яка різко контрастує з його посадою у найвищому законодавчому органі України і статусом військовослужбовця ЗСУ. Залишаючи у підсумку відкритим фінал аналізу військово-політичної діяльності народного депутата Є. Шевченка, С. Стерненко констатує (10:19): «Дуже дивно чути подібні антиукраїнські відверто тупі тези не просто від народного депутата, а й від діючого військовослужбовця. І в мене усе ще залишається відкритим питання: на кого саме, на яку країну на чий інтереси працює Євгеній Шевченко? І що особливо показово: разом із ним зараз підключилася ціла мережа пропагандистів, яка просуває подібну інформаційну дичину». Для ілюстрації останньої тези коментатор наводить відеоцитати В. Карасьова (10:41; 10:51) та О. Арестовича (10:45), в. путіна (10:57). Показово, що думки всіх трьох медійних персон дивним чином суголосні. У фінальній частині відеоматеріалу автор подає відеоподяку від українських військових (11:22), для яких автором ютуб-каналу «STERNENKO на зв'язку» було придбано 3 дрони за гроші його глядачів. Закінчується випуск проханням підтримувати канал та Сили оборони України, оскільки тільки вони здатні захистити Україну.

Ще один відеоматеріал подібного спрямування (коментування персони політичного діяча) – це відеоролик «Що приховується за ДИТЯЧИМИ

КОМПЛЕКСАМИ малороса Люсі Арестовича | НЕНАЧАСІ» [122] на ютуб-каналі «Дмитро Чекалкин». Матеріал має вдалу з погляду «маркетологічності/продаваності» назву. У ньому кожне слово створює інтригу, приваблюючи потенційного глядача: «приховується» (отже, автор підніме завісу над таємницями), «ДИТЯЧІ КОМПЛЕКСИ» (психологічні проблеми, причини яких лежать у дитячих роках; капслок маркує фрагмент як ключовий), «малорос» (антагоніст до українця, а отже – людина, налаштована вороже); «Люся Арестович» (раніше в одному з фільмів політик зіграв жіночого персонажа «Люсю Зайцеву»; водночас перевдягання в одяг протилежної статі (трансвестизм) і зараз ще сприймається як психологічне відхилення, а таке зневажливе позиціонування знижує авторитет і демонструє ставлення автора до описуваного об'єкта).

Ролик розпочинає відеоцитата з виступу О. Арестовича (російською) на «Форумі вільної Росії» про те, що для нього справжнім фашизмом є записувати всіх росіян (як національність) у фашисти. Далі автор використовує цитату народного депутата від партії «Слуга народу», члена Комітету Верховної Ради України з питань організації державної влади, місцевого самоврядування, регіонального розвитку та містобудування, голови підкомітету з питань будівництва та проектування О. Дунди (0:22), взяту з каналу Еспресо.TV., який визначає виступ О. Арестовича як виступ людини, яка намагається бути більшим росіянином, ніж інші росіяни. Після чого знову відеоцитата О. Арестовича, який виголошує «Слава Україні» (0:30), а потім на згадуваному вже Форумі вільної Росії починає іронічно висміювати і саме гасло, і відповідь на нього. Цей факт О. Дунда назвав «ганебним» (0:51), а самого О. Арестовича «людиною, яка втратила відчуття Батьківщини». Після низки заставок («Думай»; «Пам'ятай»; «Роби висновки» та назви рубрики «Неначасі») – а таке графічне оформлення спонукає реципієнта активізувати свою мисленнєву діяльність – Д. Чекалкин знову цитує О. Арестовича, взявши фрагмент із його коучингового відео (1:31), де він на платному закритому семінарі навчає жінок «каструвати» усіх чоловіків, до яких вони можуть дотягнутися. Цікавим

коментаторським кроком Д. Чекалкина є озвучення ним скріншота допису, взятого з фейсбучної сторінки такої собі Вікторії Максименко (1:42), яка, називаючи коуча «Люсею Арестович», жажнулася від тих маніпуляцій, яким піддалися жінки – учасниці семінару. Наступний коментар голос Д. Чекалкина зачитує від нардепки І. Совсун (2:12), яка подала заяву на О. Арестовича, який пропагує культ насильства та жорстокості. Тобто на самому початку відеокоментаря автор, використовуючи тільки відео- та графічні цитати, готує реципієнта до сприйняття образу колишнього позаштатного радника Офісу Президента, який розпочав активну політичну діяльність, рекламуючи себе як майбутнього кандидата у Президенти України. Наступна низка цитат (деякі – знову озвучені голосом автора) розкриває далі специфіку медійної особистості О. Арестовича, яка була медійно міфологізована, але з часом цей міф «зламався». Починаючи із 6:25 закадровий голос автора на тлі зображень відповідних учасників процесу коментує «політичну» біографію О. Арестовича, яка позначена значною кількістю ворожих до політики Української Держави висловів, що відображають політичну позицію характеризуваної особи, а також зв'язків з відвертими ворогами України. 6:57 – Д. Чекалкин наводить пряму мову О. Арестовича, який дає хибну аналітику-прогноз щодо можливого вторгнення країни-агресора. Далі (7:16) коментувати починає сам автор, доводячи хибність військово-політичних прогнозів О. Арестовича щодо майбутньої гарячої фази війни, а також справедливо називаючи його «брехуном», оскільки той сказав, що якщо почнеться війна, сам Арестович (капітан запасу) піде на фронт, але, звісно, не зробив цього, а поїхав відпочивати на море, у той час як сотні тисяч українських (та й не тільки) чоловіків героїчно воюють. Згадує відеокоментатор і меми, які створив пан Арестович про «два-три дні» (тривалість російського натиску (8:08) та «два-три тижні» (тривалість активного наступу (8:16), і його непрофесійну аналітику щодо трагедії у Дніпрі 14 січня 2023 року, коли був знищений цілий під'їзд багатоповерхового житлового будинку (9:05). Як аргументи до свого матеріалу автор використовує експертну думку (12:38): – наводить оцінку позиції О. Арестовича від

професорки І. Фаріон. Спираючись на висловлювання О. Арестовича та факти з його біографії, Д. Чекалкин створює реалістичний портрет ще одного лідера громадських думок, швидке зростання медійності, з одного боку, та нарощування темпів його політичної діяльності, з іншого, несе загрозу для українського суспільства і для самої України. Примітно, що коментатор сам не з'являється в кадрі. Його аргументація спирається на відеоцитати, деякі з них він супроводжує своїми поясненнями.

2. Коментування політичного факту/події. Д. Казанський у ролику «"Не надо нас освобождать! Оставьте нас в покое!" Жители Херсона обратились к России» [107] на ютуб-каналі «Denis Kazanskyi» коментує звернення мешканців Херсона до росіян. У першу частину заголовка відеокоментаря винесена пряма мова учасників події. Друга його частині містить опис події. Ролик стартує одразу з констатації Д. Казанським факту, який він буде коментувати, далі автор починає розповідати про подію та її мету. На 0:25 політичний коментатор наводить відеоцитату зі звернення. Після цитати Д. Казанський починає коментувати уже її, проходячись по фактам, зафіксованим на продемонстрованому відео. Цей аналіз дає коментатору змогу зробити відповідні висновки про ситуацію в місті Херсон, яке росія постійно обстрілює, а також про бажання херсонців жити у мирі та спокої, без чужої окупаційної влади і смертельних загроз для життя і здоров'я. Завершується відеокоментар аналітикою про розрекламований росією референдум на Херсонщині щодо її «входження» до складу країни-агресора і «намальовані» цифри, які не мають нічого спільного з реальним станом речей.

В. Портников на ютуб-каналі «Віталій Портников» у матеріалі «Підбив БАМу в Росії: що відомо | Віталій Портников» [110] коментує подію, винесену в назву публікації. Відео починається із заставки швидка зміна кадрів якихось подій, яка триває 2 секунди, починається вступним титром «Важливі події» і закінчується титром «Віталій Портников». Після привітання, автор називає себе. Заголовок відеокоментаря несе тільки логіко-предметну інформацію і містить тригерний компонент «що відомо». В. Портников озвучує коментовану подію:

«Українські спецслужби могли підірвати Байкало-амурську магістраль». Далі йде коротка функціональна характеристика цієї залізничної гілки у контексті російсько-української війни та опис ситуації довкола цієї події (реакція та заяви обох сторін воєнного конфлікту). Візуальна стилістика відеокоментаря має досить аскетичний характер. Ведучий не використовує жодних засобів увиразнення. Увесь коментар організовано тільки як монолог політичного оглядача. Згадка про ймовірний факт підризу українськими спецслужбами Байкало-Амурської магістралі став лише темою для відеокоментаря. Відштовхуючись від нього, В. Портников розвиває аналітику щодо ситуації довкола відносин між росією та Китаєм, вважаючи, що ця подія – серйозний удар по економічних інтересах обох країн, який матиме негативний вплив. Можливе «авторство» українських спецслужб щодо цієї диверсійної акції є свідченням відходу Києва, як зазначає автор, від «розуміння необхідності ідеї підтримання якихось серйозних взаємин із китайською Народною Республікою, Україна готова до конфронтації не тільки з Москвою, але й з Пекіном і таким чином надсилає обом диктатурам сигнал про те, що українські спеціальні служби готові діяти і на об'єктах, які пов'язані з економічною зацікавленістю як самої Російської Федерації, так і Китаю» (3:06). Коментатор наводить факти на підтвердження своїх версій та прогнозів, що закономірно вмонтовуються у картину політичної дійсності.

3. Коментування політичної ситуації. Роман Цимбалюк у відеокоментарі «Самки требуют брать Киев: плюсы, минусы, риски» [117] на ютуб-каналі «Роман Цимбалюк» аналізує ситуацію із завищеними сподіваннями за результатами російсько-української війни. Заголовок відеокоментаря містить слово лайливої конотації «самки», яке виражає ставлення коментатора до войовниче налаштованих російських жінок.

Відео розпочинається із заставки – своєрідної візитівки відеоматеріалу, на якій відбувається руйнування зірки на кремлі, далі демонструється український герб тризуб і звучить фрагмент Державного гімну України, потім йде титр «Все буде Україна». Коментатор починає з вислову: «Все буде Україна в рамках

міжнародно визнаних кордонів», але далі використовує лише російську мову. У такий спосіб коментатор прагне розширити свою аудиторію, охопити якомога більше користувачів ютубу, щоб поширити на них свої наративи. Коментує поточні сподівання українського суспільства, взяті з коментарів, аналізує ситуацію з війною, перспективи розвитку воєнного простистояння, розповідає про використання українською ППО найновішого озброєння ближньої дії від наших європейських партнерів. Використовує відеомем з Іриною Фаріон(5:08). Для ілюстрації свого коментаря долучає смартфон як носій інформації, який демонструє аудиторії.

Використання відеоцитат: радянського та російського кіномитця й політичного діяча, пропагандиста, путініста, українофоба, що має українське походження, режисера В. Бортка («Собаче серце», «Тарас Бульба», «Ідіот» (серіал), «Майстер та Маргарита» (серіал) та ін.) (9:27), російської пропагандистки, ведучої (разом з Євгеном Поповим) ток-шоу «60 хвилин», що транслюється на телевізійному каналі «Росія-1» О. Скабеєвої, апологетки путінського режиму та війну російської агресії проти України (13:31). Р. Цимбалюк використовує лайливу лексику (9:07; 9:43; 10:35; 12:38) для характеристики режисера В. Бортка.

4. Коментування медійних матеріалів політичного характеру. Матеріал Ольги Лень «ДЛЯ ПРОПАГАНДИСТІВ РФ Майдан - катастрофа планетарного масштаба | Хроніки інформаційної війни» [99] на платформі ютуб-каналу Espresso.TV розпочинається із традиційної заставки, характерної для циклу її авторських матеріалів «Хроніки інформаційної війни з Ольгою Лень». Стилiстично у заголовках її матеріалів здійснюється вказівка на належність відео до відповідного циклу (виділення жирним шрифтом – наше): «РОСІЙСЬКІ ПРОПАГАНДИСТИ ВМИРАЮТЬ ВІД СВОЇ БРЕХНІ | Хроніки інформаційної війни» [116]; «Пропагандисти ниють: кругом чужа земля для російських окупантів | Хроніки інформаційної війни» [112]; «Як безуглі підіграють російській пропаганді I Хроніки інформаційної війни» [123].

Інформаційно налаштуватися на сприймання журналістського матеріалу допомагає його опис: «Революція Гідності вже десять років викликає особливу лютю Кремля. Російська пропаганда множить маніпуляції і брехню навколо подій десятирічної давності. Тепер про Майдан вони розказують як про подію всесвітнього значення. Чим стала Революція Гідності для російської верхівки і чи здатні вони влаштувати в Україні заколот говорить політтехнолог Олексій Голобуцький». Разом із заголовком опис формує вектор руху аналітики, яка буде наведена у самому матеріалі.

Після привітання авторки та ведучої відбувається її титрування: «Ольга Лень політична оглядачка» (0:12). Далі О. Лень виголошує вступну частину, весь випуск титрується як «Російські пропагандисти про день свободи та гідності» (0:26). Використання титрування, що позначає смислові блоки матеріалу, дає змогу реципієнтові однозначно сприймати напрям руху думки журналіста-коментатора. Авторка коментує причини і системний характер негативного ставлення російських пропагандистів до Майдану, роблячи висновки та узагальнення в контексті світової політичної історії. На доведення цих думок О. Лень наводить відеоцитати з російських ЗМІ (2:15; 2:28; 2:39; 3:05), у яких звучать традиційні російські штампи: «держпереворот», «безпорядки», «зіткнення», «радикали», «антиросійські гасла» тощо. Далі авторка безпосередньо коментує продемонстровані відеоцитати, розвінчуючи з використанням фактів, аргументів та логічних паралелей пропагандистські фейки й маніпуляції.

На прикладі фрагментів із репортажів російського тоді ще телевізійного журналіста і телеведучого, що має українське походження, Євгена Попова, який у період Майдану працював у Києві та був свідком тих подій (4:33; 6:59), а пізніше повністю перетворився на пропагандиста путінського режиму (нині разом з Ольгою Скабеевою – своєю другою дружиною – Євген Попов на телеканалі «Росія-1» веде програми «60 хвилин»). Наведені фрагменти демонструють спрямованість його матеріалів на створення телевізійної картини, вигідної злочинному російському режиму. Коментаторка, знову

застосовуючи логічний інструментарій, спростовує твердження російського телевізійника та його колег, називаючи брехнею та апелюючи до судових рішень.

Далі до процесу коментування авторка залучає пряму мову колишнього очільника СБУ епохи правління Віктора Януковича Олександра Якименка (8:41), який до 1998 року був військовослужбовцем збройних сил російської федерації і не мав жодного стосунку до державної служби в Україні, а після Революції Гідності втік до росії, що саме по собі наштовхує на відповідні висновки.

Далі коментаторка використовує фрагменти виступу депутата-зрадника Олега Царьова на російському телеканалі «Росія-1» (11:19), де він просуває ворожі пропагандистські наративи про «громадянську війну в Україні» в компанії з Ольгою Скабєєвою та Євгеном Попов (програма «60 хвилин»). Коментуючи слова колаборанта О. Царьова, О. Лень, використовуючи прийоми логіки, розвінчує його неправдиву інформацію.

До другої частини аналітичного матеріалу (12:32) коментаторка долучила запрошеного експерта – політтехнолога, заступника директора Агентства моделювання ситуацій Олексія Голобуцького (титрування – 13:02). Цей прийом у коментуванні є досить продуктивним, оскільки експертна легітимність медійних персон такого рівня (доволі відомих у медійному середовищі) додає матеріалу авторитетності і ваговитості. Аналітика (простеження причиново-наслідкових зв'язків між українськими політичними процесами) від О. Голобуцького, який був дотичним до євроінтеграційних процесів, що передували Революції гідності, сприймається реципієнтом як авторитетна через правильне позиціонування запрошеного експерта.

Монологічна аналітика О. Голобуцького переходить в діалог коментаторки й запрошеного експерта, кожен з яких дає свої характеристики обговорюваної проблематики. Закінчується випуск висновками від коментаторки.

Специфікою матеріалів Ольги Ленъ є те, що її коментарі спочатку виходять на *Еспресо.TV*, а потім авторка їх розміщує на своєму ютуб-каналі. Цей факт позначається на більшій технологічній оформленості, оскільки в таких умовах є більші технічні можливості порівняно з суто ютубівським політичним відеокоментуванням. Як зазначає В. Бабенко, «індустрія нових медій дигіталізувала традиційні засоби масової комунікації, які, намагаючись не втратити конкурентоспроможність на ринку і керуючись логікою розвитку мультимедійних технологій, інтенсивно забезпечують свою присутність в інтернеті. Класичні медіа переживають своєрідний транзитний період, переходячи до онлайн-ової інформаційної парадигми. Такий крок викликаний цифровою революцією, потребою аудиторії в оперативній та зручній формі висвітлення подій, конкурентоспроможністю інтернету. В сучасних умовах значно активізуються зусилля прихильників нових засобів комунікації створювати «посттелевізійні медії» в інтернеті з максимальним залученням інтерактивних технологій, адже «далекобачення» завжди було одним із домінуючих засобів комунікації, поєднуючи в собі аудіоальні та візуальні канали інформування» [3, с. 118].

5. Коментування російських новин. Віктор Литовченко у відеокоментарі «Принімай страна Героев!» [126] на ютуб-каналі «ВАТА TV» у гумористичному стилі, використовуючи суржик, аналізує новини у країні-агресорці. Відеокоментар починається із заставки, що пародіює в музичному та візуальному плані (із вставкою назви каналу «ВАТА TV») інформаційну програму «Час» («Время») часів Радянського Союзу, датою появи в ефірі якої є 1 січня 1968 року (вихід цієї програми в рф було відновлено в 1995 р.). Далі йде невеликий гумористичний вступ від ведучого (знімання відбувалося на «натурі»). 0:47 – на відео демонструється скріншот сторінки російського онлайн-видання, головна теза новини з якого і стало предметом іронічного коментування на цьому етапі трансляції матеріалу. 1:37 – демонструється новий скріншот, на якому міститься інформація, що тематично пов'язана з попередньою та веде до розкриття ідейного задуму автора (висвітлення

кримінальної проблематики, що формується після повернення терористів із ПВК «Вагнер», набраних із в'язнів (рецидивістів, що відбували покарання за жахливі вбивства, демонстрували сатаністські, садистські й людожерські нахили), до мирного життя в росії), які за участь у вбивствах українців на війні отримали помилування, хоча мали великі терміни ув'язнення, але відсиділи дуже мало часу. Увесь матеріал відеоролика організовано за моделлю «скрин + коментар» (скриншоти демонструються: 2:05, 2:48, 3:20, 3:48, 4:45, 5:42, 6:26, 7:01, 7:58, 8:38, 9:23). Віктор Литовченко іронічно коментує кожну новину зі скриншота, витягуючи на зовні весь той законодавчий сюрреалізм, що відбувається в росії, та ігнорування здорового глузду щодо помилування жорстоких злочинців та вбивць за те, що вони воювали на боці росії проти України. Ролик закінчується демонстрацією заставки, яка використовувалася на початку.

6. Коментар на коментар політичного діяча (медійної персони). Андрій Луганський у матеріалі «РАДИ ЧЕГО БОРЕТСЯ УКРАИНА? - ответ Ганне Маляр» [127] на своєму ютуб-каналі «Андрей Луганский 2» коментує висловлювання заступника міністра оборони України Ганни Маляр. У назві відеоролика наведено його функціонально-сміслове спрямування. Відео починається з демонстрації об'єкта коментування: Г. Маляр у студії телеканалу «1+1» коментує ситуацію про небажання чоловіків мобілізуватися, апелюючи до ситуації, коли військові комісари беруть хабарі за те, щоб не призивати тих, хто платить за ухиляння. А. Луганський (1:47) починає аргументовано аналізувати почуте від високорангової чиновниці військового відомства. Далі громадянський журналіст запускає далі коментар Г. Маляр (4:35; 6:09), а потім, оперуючи фактами, спираючись на причиново-наслідкові зв'язки, дає своє розуміння наступного фрагмента відеокоментаря-об'єкта (4:48; 6:56). Критика коментаря Г. Маляр виходить на рівень узагальнення, на рівень визначення причин системної проблематики щодо організації функціонування державного організму, наявної в Україні. Коментатор вербально використовує афоризми, іронію, життєву логіку, моральні закони, обценну лексику, наводить

скріншоти сторінок інтернет-видань (9:26; 12:29; 14:48; 15:40; 16:09), долучаючи новини з них для свого коментаря як аргументи, спростовує аналогії, наявні в об'єкті коментування, критикує популістські наративи, характеризує ситуацію, яка зараз є в Україні.

Політичні відеокоментатори оперативно реагують на події в сучасному динамічному політичному житті. Так, практично відразу після повідомлення ЗМІ про смерть колишнього народного депутата від ОПЗЖ, колаборанта і зрадника І. Киви Я. Соколова на своєму ютуб-каналі «Yanina Sokolova» публікує матеріал «УКРАЇНСЬКИЙ МОССАД? ❄️ Кива - ВСЬО! У підмосков'ї знайшли тіло екснардепа. ЩО СТАЛОСЯ? Яніна знає!» [128]. Засобом повідомлення про подію авторка обрала відеокоментар такого самого колаборанта і зрадника колишнього народного депутата, член фракції Партії регіонів Олега Царьова, на притягнення до кримінальної відповідальності якого Верховна Рада дала згоду ще в червні 2014 року. Показово, що у жовтні 2023 року замах було здійснено і на самого О. Царьова. Цим фактом відеокоментаторка прозоро натякає на однакову долю зрадників. Після вступу (0:30) Я. Соколова підтверджує нашу версію про те, чому саме О. Царьова вона обрала як джерело повідомлення про подію: «І тебе теж ліквідують. Чекай, наш дорогий. Перша спроба була невдалою, друга точно буде вдалою». І лише після цього авторка вітається з глядачами. Далі Я. Соколова зазначає (0:44):, що читачі її телеграм-каналу просили розповісти подробиці інциденту із І. Кивою. Тобто цей ролик яскраво ілюструє саму суть політичного відеокоментаря: інформаційний продукт підготовлено для того, щоб розповісти реципієнту про те, що відомо про подію. Важливо, що далі виклад інформації відображає обов'язковий етап підготовки масмедійного матеріалу такого типу: коментаторка констатує (0:53): «...зібравши всю інформацію, розповідаю». Власне коментар розпочинається короткою інформаційно-біографічною довідкою про екснардепа (0:56). Як ілюстраційний матеріал авторка використовує нарізку відео з фігурантом події. Виразну інформативність мають відеоцитати, де І. Кива суперечить сам собі (він пройшов шлях від відвертого

ворога росії, який ненавидить «цю російську націю» (1:24), до її затятого апологета (4:57) – авторка змогла це продемонструвати короткими відеофрагментами), що дає чітку характеристику цій політичній персоні.

Коментар про саме вбивство відбувається на тлі відеоматеріалів з місця події, авторка використовує цитати зі ЗМІ, читає з екрана, не називаючи джерела. Як ілюстративний матеріал також демонструються фотографії фігуранта події з А. Аваковим (2:29), В. Медведчуком (2:52), часів депутатства (2:57).

Для вербальної характеристики постаті головного героя авторка використовує мовні засоби згрубілої конотації: «до тіла продажної мерзоти», (1:31), «тіла зрадника» (1:46), «бидляцький набір слів» (3:27), «це була тварюка, яка за гроші виконувала настанови росіян» (4:09), «як і всі пропагандони українські, там був так званим представником України, аби місцеве населення думало, що, блін, якщо Кива має таку інформацію і таке артикулює, то, напевно, не всі там бандерівці в "этой Украине"» (5:34). Закінчується матеріал висновком про традиційну долю зрадника, яких у такому вигляді, який має І. Кива, буде ставати більше (7:43). Насамкінець авторка дякує за довіру та просить підписатися на канал, де «тільки правда і свіжа інформація, навіть якщо вночі стається щось, про що ви хочете аби вам розказали, ми вам розказуємо» (7:43), також повідомляє, що в описі до відео наведено всі способи, аби допомогти каналу (8:08).

Мовною специфікою політичних відеокоментарів є підвищення рівня експресивності висловлювання. Політичні відеокоментатори набагато активніше почали використовувати сленгову і лайливу лексику та навіть нецензурну. Це зумовлене тим фактом, що політичні коментатори – теж люди. Їхня гіперемоційна реакція на події російсько-української війни знаходить своє вираження у такому мовному оформленні їхньої комунікації, зокрема і у відеокоментарях. У матеріалі «Обсценна лексика: за і проти» С. Карася зазначено, що, на жаль, з приходом повномасштабної війни такі слова почали звучати частіше. Одна навіть люди, що до нецензурної лексики завжди

ставилися негативно, під час війни змінили своє ставлення до неї, оскільки нині обценна лексика набула іншого забарвлення. А колоритне мовне визначення напрямку руху «російського військового корабля» стало «медом на вуха», цю історичну фразу без цензурування кожен слухав би і слухав [32].

Політичні коментатори розуміють, що використання обценної лексики у спілкуванні з глядачами неприпустиме, однак це вимушений захід. Так, скажімо, журналіст і блогер Б. Букевич, співведучий (разом з журналісткою і блогеркою М. Данилюк-Ярмолаєвою) рубрики «БЕЗ ЦЕНЗУРИ» на ютуб-каналі «Цензор.НЕТ» [129] під час одного із прямих ефірів пообіцяв глядачам припинити використовувати таку лексику після закінчення війни.

Частина політичних відеокоментаторів при коментуванні українською мовою роблять вставки російською. Це може бути як цитування відомих політичних (медійних) персон, так і вживання російських усталених конструкцій чи мовних мемів. Також коментатори вдаються до пародіювання російської мови, вживаючи російські слова з українською орфоepією. У такий спосіб коментатор робить прив'язку до російського контексту коментованого факту або створює відповідну алюзійність.

Публікація політичних відеокоментарів на своїх ютуб-каналах:

а) для журналістів, що працюють у масмедіа, – це можливість презентувати результати своєї творчості, які не піддаються регулюванню редакційною політикою;

б) для журналістів, що не мають роботи, – можливість і далі займатися професійною масмедійною діяльністю і при дотриманні відповідних умов – отримувати за це матеріальну винагороду;

в) для громадянських журналістів – це шанс стати медійником, реалізувати свій потенціал. І у всіх цих категорій користувачів ютубу також є змога за якісну та успішну масмедійну продукцію отримати прямі донати від глядачів, винагороду на патреоні від користувачів та монетизацію самого ютубу. Поняття «донат» являє собою пожертвування (добровільний подарунок) як матеріальних цінностей (гроші, речі, послуги тощо), так і нематеріальних

(ідеї), спрямовані на певну мету. Донатером (чи донором) є людина, яка донатить – тобто пожертвує, здійснює добровільне дарування. Змога збирати донати в соцмережах відкриває для некомерційних структур значні можливості. Це віртуальне середовище є продуктивною платформою для запуску значної кількості кампаній зі збирання донатів. Велика кількість людей, що спілкують в соцмережах, являють собою базу можливих донатерів, використання потенціалу якої відкриває широкі перспективи для творчої медійної діяльності [102].

Патреон – це один зі способів заробляти на своїх відеоматеріалах для авторів інтернет-контенту. Таку назву має краудфандинговий майданчик, використання можливостей якого дають змогу авторам контенту отримувати донати у вигляді грошових коштів. При правильному підході донати можуть перетворюватися на щомісячні виплати. Заснування цього краудфандингового майданчика відбулося у 2013 році. Спочатку американський музикант Джек Конті намагався заробляти на патреоні на ютубі, записуючи кавери на популярні композиції. Однак заробити значні кошти рекламою не вдалося. Після того він і разом із Семом Ямом (розробником) створили платформу, використовуючи яку автори медіаконтенту можуть отримати за свій продукт винагороду від користувачів-патронів. У такий спосіб на патреоні «заробляють різні професіонали: художники, відеоблогери, музиканти, косплеєри, дизайнери, програмісти, розробники ігор і навіть автори еротичних фото. Патрони можуть передплатити творчість автора, щомісяця виплачуючи йому певну суму (від \$1). Крім цього, творці можуть просити в патронів разові виплати на певні цілі (наприклад, підготовку навчального ролика), обіцяти їм різні бонуси: ранній доступ до гри, сесію запитань – відповідей тощо. Patreon отримує із цього комісію (від 5% до 12%, залежно від умов плану). Patreon – доволі популярний майданчик: за даними TechCrunch, близько 3 млн патронів виплачують 100 000 авторам близько пів мільярда доларів на рік. А до кінця 2019 року ця цифра може перевищити мільярд. Найпопулярніший користувач

майданчика, подкаст Charo Trap House, отримує від передплатників близько \$130 000 щомісяця» [33].

Ще один спосіб отримати матеріальну винагороду для авторів контенту в інтернеті – це монетизація на ютубі. В основі цього процесу лежить програма партнерства ютуб. Завдяки їй власники каналів мають змогу отримувати кошти, розміщуючи медіапродукт і демонструючи рекламні оголошення. Щоб мати таку змогу ютуб-канал має відповідати певним критеріям (це, скажімо, відповідне число підписників та кількість переглядів). Українські автори ютуб-контенту також можуть одержувати прибуток через спонсорство, бонуси, суперчати тощо. Щоб успішно заробляти на ютубі, потрібно наполегливо працювати для створення якісного контенту і формування широкої користувачької аудиторії. Після початку повномасштабної війни творцям контенту з України заробляти на ньому стало набагато важче, тому творцям медіапродукту для ютубі треба бути досить обережними. Водночас нині нерідко зазнають зміни правила та умови монетизації, через що автори мають постійно стежити за оновленнями ютубу [34].

3.3. Інтерактивність політичних відеокоментарів на платформі ютуб

Взаємодія політичних відеокоментаторів на платформі «Ютуб» позначена інтерактивністю: автори контенту мають змогу отримувати зворотний зв'язок від реципієнтів. Цю можливість відкриває опція «коментувати». Популярні відеоролики можуть мати до кількох десятків тисяч коментарів. Інтернет-коментування, зазначає Т. Андреева, «дає змогу учаснику комунікативного процесу репрезентувати свою особистість (зокрема і її креативний складник), продемонструвати громадянську позицію, надати оцінку певній події або явищу, обґрунтувати свої погляди чи навести аргументи, щоб заперечити чужі, тощо» [2. с. 128].

У коментарях до відеороликів глядачі можуть висловлювати свої думки щодо аналізованого об'єкта або щодо самого коментаря, побажання, подяку, зауваження, висновки тощо. Коментарі звичайно публікують російською та

українською мовами. Під роликами російською мовою найчастіше переважає російська. Зрідка трапляються і коментарі іншими мовами: «Салаўёў дзесьці згубіў шапку Напалеона. Вярніце, калі ласка, бо яму ў галаву дзьме» [121]; «Вақи.SLAVA UKRAINI !!! QEROYAM SLAVA !!!» [121].

Серед аналізованого матеріалу виявлено, що у коментарях користувачі висловлюють:

1) *подяку* (правопис, пунктуація і граматика залишені оригінальні). Дякувати можуть:

а) автору: «Олексію як завжди повага до вас все зрозуміло і змістовно до теми велике дякую вам за вашу нележку працю Слава Україні Героям Слава» [111]; «Дякую! Так тримати! Будемо сподіватися, що населення помудрішає і не робитиме помилок 2019. Або ми невиправні оптимісти. Час покаже. Слава Україні, її героїчним синам, донькам та генералу Залужному!» [111]; «Вподобайка ! Сподобалася Ваша фраза " ВР займалися хєр знає чим ..." напередодні повномасштабного вторгнення . На сьогодні ситуація незмінна -- тупезне перегибання ч/з коліно лише позиції слуг уродів ... Дякую Вам пане Петре за небайдужість до нашої Батьківщини на фоні трагічних подій в Ізраїлі» [111]; «Пишаюся тим,що Пан Олексій Петров відкрито називає про свій вибір і не жалкує про це.Вдяна йому,за незмінну позицію,патріотизм, відданість своїй діяльності і хоробрість, захист України від рос.окупантів.Слава ЗСУ!!! Героям Слава!!!» [111]; «Олексію! Дуже дякую за Вашу працю на користь народу Україні!!! Коментар на підтримку вашого каналу. Слава Україні !!!» [105]; «Дякую пане Тарас. Я в тер обороні столиці, з караула в караул. Часу немає на інтернет, шматочки якісь вихоплю'мо, але стоятиме до кінця. Я радий тому, що доля мені дала можливість стати на захист країни, та бути поруч з такими ЧОЛОВІКАМИ, які зараз поруч» [96];

б) фігурантам події: «Молодцы ребята, которые проложили руки к взрыву моста. Спасибо всем! Вот радость то. А что касается Скабеевой и еже с ней, то надо возродить юмористический журнал "Крокодил" и всех туда!» [121];

2) *побажання*. Бажати можуть:

а) автору: «Олексію! Інформуйте українців про все, що відбувається! Підтримуйте нашого Залужного!» [105];

б) фігурантам коментаря: «Наша родина, друзі та знайомі, всі висловлюють щирі співчуття мужному народу Ізраїля. Перемоги бажаємо їм над терористами і їхніми спонсорами!» [111]; «Я з самого ранку ЛІТАЮ! Дай вам, Боже, рЮцкие, все те, що ви принесли в Україну! Від душі вам, орки, бажаю!» [121];

3) *висновки*: «Саме обідне, що ніхто не несе відповідальності за розвал держави. А тепер ходимо по світу з протягнутою рукою. Стидоба. Непокаране зло породило безпредел» [105]; «Світ існує по законах природи. По закону природи нахаби завжди отримують їм належне. Прийшла пора: Україна отримає своє, а нахаби - своє. Та не може бути такого, щоб нахабам було дозволено без кінця загарбувати чужі території, та мріяти як розколоти світ на свою користь» [121]; «Смотрю на это с чувством огромного стыда . Как мы могли докатиться до этого ? Теперь не отмоемся» [96]; «Моя ідея такому статися була ще на початку війни, повзривати самі важливі точки з відкілья йде війна і хто за тим стоїть... і за день кінець всьому. Хлопці молодці. Слава Україні» [121];

4) *емоційні оцінки*: «Які гарні новини!!! Як кайфово дивитися, як зривається цистерна, чи як вони курять не там де треба!!! Так тримати!!! Закурить ще і в бункері, де Гітлер сидить» [121]; «Як же я чекала тебе Катя, цього в.рудольфічя треба вже шукать і в чорний мішок. Для Гааги це їх кормить для чого? Весь світ знає за цих пропагандонов» [95];

5) *компліменти авторові відеокоментаря*: «Катюша я вас обожнюю, гасити їх на повну! (Є відос від 2008-2011 року коли " саловой" був ще людиною, і казав що ніколи рашка - не нападе на Україну, що Крим - це Україна(що роблять гроші з людьми) ,а у скабеєвої, так її свекр живе у нас в Миколаєві!!!! От що робе зомбі- пропаганда!!!» [95]; «на Катю не можна дивитись 11:45 у метро, щоб людина поручь не шарахнулась від скаженого сміх» [95]; «Катруся "Байрактаріс" - це Мала, як ТРЕБА Надасть натхнення,

підбадьорить, приведе до тями Й Мовою Рідною, що краще навіть ніж у Дмитра Кулеби Розкаже всім нам ШО Ж ТАМ З НОВОСТЯМИ=)» [95]; «Арсене, Ваше почуття гумору це найкраще що придумала природа, я обожнюю кожен відос.Дякую !!» [120]; «Це найкраща передача про зомбоящик. Все сказано вірно і не переповнене яхідством, що дозволяє приємно переглядами програму. Молодець ведуча і ця команда, так тримати!!! Слава Україні!!!» [121]; «Ці обіцянки обговорення позаблокового статусу - це що? Просто тема для перемовин, чи спавді готується зрада?! Як завжди - блискуча аналітика, оперативна, чітка, аргументована подача. Дякую Вам!» [96]; «ДУЖЕ дякую ВАМ пане Тарас . Частіше інформуйте нас . Бажаю Вам удачі Ждемо новин» [96]; «Україна перемаже орків, що вдерлися на нашу землю, вбили сотні дітей та мирних громадян, прощення цьому злочину немає. Спасибі Тарасу за змістовну інформацію. Все буде Україна!!!!» [96];

б) *критику/зауваження*. Вони можуть бути:

а) позитивні: «Спасибо вам за поддержку ! Маленькая поправка , многие ребята в черных шляпах отслужили в армии и служат многие имеют высокие звания к тому-же есть религиозные подразделения с очень высокой мотивацией и результатом !» [111];

б) негативні: «Підписалась. Але дуже напружує думка про 24 канал.Що ви збираєтесь робити з вашими зашквареними,так би мовити,журналістами?» [118]; «дуже поважав і полюбляв дивитись вас, як ви висвітлювали новини, але ваш канал дуже нагадує РОСтб, одна пропаганда , українське ТБ, перетворюється на дзеркальне рос.тб, вас вже порівнюють зі соловйовим та скабеевою, ваші недоречні висміювання і дешевий гумор, це вже дуже нагадує "95 квартал", а не новини. Слава Україні» [118]; «Олексію, у нас, і без того, у перші години повномасштабного вторгнення військкомати брали штурмом десятки тисяч добровольців, які бажали йти боронити Батьківщину. Але, коли за кордон почали випускати "недоторканих", коли народ розділили за принципом - платиш гроші не служиш, нема чим платити, тоді йди служити, то народ почав задавати собі запитання - чому саме я повинен йти на війну, це що,

лише мій обов'язок? А тепер ви цих людей називаєте ухилинтами? Цікаво, а якби в Ізраїлі влада крала ешелонами гумдопомогу, мільярдами крала кошти у Цахал, то що би ти тоді нам розказував? » [111]; «Не криви душой Петров. В военкоматы стояли очереди, но когда увидели что одни умерают, а другие воруют у солдат патриотизма поубавилось. И сейчас были бы очереди, но коррупция сжирает Украину снутри» [111]; «Такий гарний ролик, змістовний і цікавий! Але ж треба кінцівку так змазати і виставити героями партію Петра Порошенка Солідарність! Оце вони молодці, по ваших словах! А чого твій рот мовчить за те, що вони наробили за часи свого правління, а? А я голосував за ЗЕ, як і ще 73 відсотки громадян України, але основна мета була скинути з посади Пороха! Але тобі цього не зрозуміти!» [111];

7) *характеристику*. Характеристика дається:

а) об'єкту коментування: «Які ж вони божевільні, забрехалися вже так, що не пам'ятають, що самі казали, весь світ уже зрозумів, що це за люди і яка держава, і чого вони прагнуть, а наші збройні сили роблять свою справу. Слава Україні» [121]; «Цікаво дивитися на те як отруєні до останньої клітини свого організму орки говорять про отруєння жінки Буданова, чи ще когось» [101];

б) контенту і його автору: «Очень грамотный Тарас ! Люблю смотреть и слушать Вас! Вы все четко и ясно рассказываете о происходящем !Умница!Побольше бы таких как вы! Верю в Украину и в нашу армию !Все будет Украина !Слава Укрвіне ! Героям слава !Смерть врагам !» [96]; «Продолжаю еще слушать и очень хотел написать, слова благодарности, за четкий, лаконичный комментарий, я в восхищении от этого монолога. Спасибо, слава Израиллю, слава Украине!» [111]; «Вы прикольно вставляете украинские слова Это уже вошло нам в кровь, даже русскоязычным украинцам Все буде Украина» [111];

8) *жарти/іронію щодо об'єкта коментування*: «Трошки позитива: В Україні з'явилось нове висловлювання: ніколи не питай в жінки скільки їй років, ніколи не питай в чоловіка скільки він заробляє, ніколи не питай в Українського фермера, тракториста, звідки у нього російський танк, бтр(то вже

його) Слава Збройним Силам України! Слава ТерОбороні, Слава Нації!» [96]; «В Ізраїлі немає при владі фсбещних кротів, нам далеко до них по всім питанням. У нас головне дороги і шашлики» [111];

9) *погрози*: «Я тебе напому Фантомас , если б Россия действовала как Израиль и применила ковровые неизбирательные авиаудары по всей Украине ,то Киев перестал бы существовать через пол часа и сейчас это сделать ещё не поздно ,я думаю большинство россиян всё больше хотят именно этого , для нас вы и есть Хамас» [111].

Трапляються коментарі, мета яких – підтримка автора контенту: «Коментар на підтримку каналу, дякую за роботу,бережи Бог Україну та Слава ЗСУ!» [96].

Характерно, що коментарі роблять також і мешканці інших країн (часто вони це зазначають у самому тексті): «Дорогие братья украинцы! Пишет Вам пенсионер из Беларуси. Вы Герои, Настоящие Воины!!! Защитники своего народа! Bravo Вам ребята!!! Вы молодцы, НАСТОЯЩИЕ ГЕРОИ!!! Слава Украине!!!» [96]; «Желаю украинцам скорейшей победы, возвращения своих земель. Казахи с вами!» [96]; «Благодарю Тарас за Вашу оценку происходящего. В России тоже сейчас идут военные действия в соц.сетях и на улицах между людьми. Перес...ись все включая родичей кто за и кто за мир. Какое то психическое воздействие оказывается на людей... Сил вам ребята!» [96].

Політичні відеокоментарі можуть бути опубліковані як у запису (на телеканалах чи ютуб-каналах), так і відбуватися і в прямому ефірі (так само на телеканалах чи ютуб-каналах). Під час стримінгу на ютубі працює чат із глядачами. У процесі цього споживачі медійного продукту самі мають змогу коментувати інформаційний потік текстовими повідомленнями. Політичний коментатор може ознайомлюватися з такими текстами і на власний розсуд приймати рішення про те, реагувати чи ігнорувати ці повідомлення. Коли на коментар глядача звертається увага, прямоефірне коментування може зазнавати певних коректив. У такий спосіб споживач продукту стає учасником творення

відеоматеріалу. Потім записані стримінгові виступи журналістів-блогерів публікуються на відповідних інтернет-майданчиках.

3.4. Тенденції розвитку політичного відеокоментаря

Подальший розвиток жанру політичного відеокоментаря буде залежати від багатьох чинників, оскільки й сам цей журналістський різновид контенту має багато аспектів. З одного боку, це поява нових медійних технологій та удосконалення наявних. Оскільки зародження саме відеокоментаря відбулося на телебаченні, то в прогнозуванні еволюцію цього жанру слід відштовхуватися від долі самого телебачення. Як констатують дослідники, інтернет нині перетворюється на своєрідну базу даних, а мережевий користувач стає вільним у своєму виборі та отриманні потрібного контенту. Нині перед телеканалами постала проблема конкурування не між собою, а з ютубом, куди переходять споживачі телевізійної інформації. Відповідно до прогнозів, на телебачення таки чекає «передислокація» до мережі. І телеканали, що мають світову популярність, і національні вже облаштували для себе «місце під сонцем» у ютубі, «де в офіційних групах розміщують власні матеріали, розширюючи свою аудиторію. Рейтинги переглядів мережевих роликів прозорі: можна дізнатися, скільки людей почали дивитися матеріал, скільки закінчили перегляд або скільки дивляться на цей момент, також відкритою є географія переглядів (для особи, що закачує відео). Google Analytics пропонує цінний інструментарій вивчення аудиторії, зокрема тут можна дізнатися, з яких сайтів прийшли відвідувачі, їхню кількість на добу, який відсоток переходів з пошукових систем, за якими ключовими словами і т.д.» [3, с. 122]. Тобто ситуація однозначно засвідчує виразні переваги ютубу як платформи для відеомовлення. З іншого боку, можна прогнозувати у зв'язку з цим подальше розширення кількості ютуб-каналів як професійних журналістів, так і громадянських, що стане причиною зростання конкуренції між творцями відеоконтенту. Це спонукатиме їх до посилення праці над якістю своїх матеріалів, до пошуку нових форм презентації аналітики, урізноманітнення засобів втілення

авторського задуму, у результаті чого виграє споживач інформаційного продукту.

Закономірно, що з розвитком політичної ситуації змінюватиметься і тематика політичних відеокоментарів.

Висновки до розділу 3

Отже, останнє десятиліття позначене тим, що політичне відеокоментування на ютубі набирає все більших обертів. Значний поштовх цьому дало повномасштабне вторгнення країни-агресора до України. Також причинами активізації політичного відеокоментування є постійне вдосконалення функціональних можливостей ютубу та специфіка розвитку політичного життя, пояснення різноманітних фактів якого потребує реципієнтна аудиторія від професійного медійника чи блогера-аматора, назви ютуб-каналів яких для користувача стали брендовими.

Політичне відеокоментування здійснюють як професійні журналісти (люди з досвідом роботи в медійних структурах, чинні журналісти), так і громадянські журналісти (комунікатори, для яких політичне коментування є виявом громадянської позиції та громадянської діяльності).

Деякі журналісти (О. Лень, В. Портников, А. Цимбалюк, К. Соляр, А. Норіцина та ін.) працюють у жанрі політичного коментаря як на відповідних телеканалах, так і мають свої ютуб-канали. Т. Березовець був мобілізований до лав ЗСУ, тому вже не може коментувати на каналі «Прямий», однак він це робить на своєму ютуб-каналі. В. Литовченко журналістом не працює, однак професійний медійний досвід допомагає у діяльності відеоблогера.

Деякі телеканали можуть використовувати медіаконтент успішних блогерів, що займаються політичним коментуванням (на ютуб-каналі «Прямого» є рубрика «Шалений Кіт на Прямому – Олексій ПЕТРОВ»).

Інформаційним об'єктом, що використовують для політичного відеокоментування, стають медійні матеріали, новини (як українські, так і

закордонні), персона політичного діяча, загалом – будь-що, що має політичну вагу.

Політичний відеокоментар має структуру коментаря загалом. У процесі розгортання теми автори використовують різнопланові візуальні засоби (відеоцитати, скріншоти, фотографії, інтернет-меми тощо), а також і вербальні засоби стилістичного увиразнення тексту.

Частина коментаторів використовує українську мову, частина російську, розраховуючи на охоплення своїм матеріалом і аудиторію країни-агресора. Дехто використовує мішанину двох цих мов (суржик) – зі стилістичною метою.

Публікація політичних відеокоментарів на власних ютуб-каналах дає змогу презентувати результати своєї творчості, набирати медійної популярності, отримувати донати прями та через патреон, а також – винагороду від самого ютубу.

Платформа «Ютуб» забезпечує взаємодію політичних відеокоментаторів із глядачами – інтерактивність. Опція «коментувати» відкриває можливість для авторів контенту отримувати від реципієнтів зворотний зв'язок.

Політичні відеокоментарі можуть мати прямиофірний характер і публікуватися в запису. Стримінг на ютубі супроводжується чатом із глядачами, де вони мають змогу коментувати інформаційний потік текстовими повідомленнями.

Майбутнє багатоаспектного жанру політичного відеокоментаря перебуває в залежності від багатьох чинників (поява нових медійних технологій, удосконалення наявних, поступове переміщення телебачення до мережі, зміна тематики у зв'язку з розвитком політичної ситуації).

ВИСНОВКИ

На нинішньому етапі розвитку медіасфери важливу роль відіграють аналітичні публікації, де здійснюється аналіз актуальних проблеми сьогодення. Особливої ваги серед них набув жанр коментаря, оскільки він є відповіддю на потребу інтерпретувати для споживача масмедійного продукту події сьогодення світу. Сучасний політичний коментар допомагає аудиторії оцінювати екзистенційно важливі інформаційні об'єкти.

Виразна ознака коментування – різнопланове та всебічне тлумачення певного інформаційного об'єкта. Журналістський коментар являє собою авторське тлумачення певних фактів, інформації, заяв чи подій. Думка автора рухається від повідомлення про конкретний факт до узагальнення або до прогнозу.

Автор політичного коментаря має змогу інформаційний об'єкт подати аудиторії як органічний компонент складного структурованого явища. У процесах сприйняття та розуміння інформаційного об'єкта журналіст-коментатор, аналізуючи, інтерпретуючи, характеризуючи для споживача відповідного медійного продукту, виконує роль такого собі «комунікативного посередника», провідника у світ багатоаспектного розуміння коментованої події.

Ютуб сьогодні є найбільшим і найпопулярнішим відеохостингом. Перед телебаченням він розкрив багатопланові можливості: залучати нову аудиторію; просувати бренд; отримувати прибуток (платна реклама, монетизація через зростання кількості переглядів). Аматорам (блогерам) ютуб створив умови для медійної діяльності: виготовити й опублікувати свій контент можуть тепер не лише журналісти, а кожен, хто має бажання зняти відео і розмістити його на цьому доступному сервісі. Споживач телеконтенту на відеохостингу «Ютуб» отримав безкоштовний доступ до відеоматеріалів, можливість переглядати

відеоконтент у будь-який час (коли зручно), просте користувацьке меню та нескладну процедуру пошуку. Специфічною рисою нинішньої взаємодії виробника медіаконтенту і його споживача став вихід на передній план візуалізації даних та інформації.

Відеоблогінг об'єднав усі ознаки інтернет-комунікації сучасного суспільства. Він характеризується суб'єктивністю подачі матеріалів, має свою цільову аудиторію, здійснює значний вплив на громадську думку та став альтернативним каналом поширення інформації для офіційних ЗМІ. Ютуб-канали активних відеоблогерів практично перетворилися на засоби масової комунікації, де автори контенту виступають від себе особисто, а не від імені певної медіаструктури.

Нові комунікаційні умови споживання інформації та обміну нею створили передумови для появи мультимедійності – комбінованого підходу у використанні медійного інструментарію, де поєднується вербальний спосіб подачі інформації, аудіальний та візуальний. Ще однією рисою аудіовізуального дискурсу є інтерактивність – оперативна діалоговість в обміні інформацією між творцем контенту та реципієнтом. Вона дає змогу останньому стати активним споживачем інформаційного продукту через можливість брати участь в обговоренні контенту у коментарях. Така ситуація залишила небагато шансів для збереження традиційної системи журналістських жанрів. Спираючись в основному на традиційну жанрову систему журналістики, нові жанри, що почали виникати внаслідок появи онлайн-журналістики, віддзеркалюють специфіку нового рівня сприйняття інформації реципієнтом.

Останнім часом на ютубі жанр політичного відеокоментаря стає все більш використовуваним та популярним. Цей факт зумовлений як змінами в геополітичному ландшафті сучасності, так і постійне вдосконалення функціональних можливостей ютубу.

У жанрі політичного відеокоментаря працюють як професійні журналісти, так і громадянські журналісти, аматори, які в такий спосіб виявляють свою

громадянську позицію і для яких журналістська діяльність такого типу є різновидом громадянської діяльності.

Частина професійних журналістів створюють політичні відеокоментарі як на телеканалах, де працюють, так і на своїх ютуб-ресурсах. Деякі телеканали використовують політичні коментарі, створені успішними блогерами, у своїх ефірах.

Публікації на ютуб-каналах дають змогу відстежувати статистику діяльності каналу (кількість підписників, завантаженого відео, загальну суму переглядів). В описах до каналу автори додаткові інформаційні платформи для спілкування з аудиторією, так і інтернет-платформи, що дають змогу реципієнтам матеріально подякувати журналістові-коментатору за його інформаційно-просвітницьку діяльність. Авторські характеристики каналів, де публікуються політичні відеокоментарі, можуть бути різні: жартівливі, прагматичні, застереження про суб'єктивність, містити програмні засади діяльності. Специфіка оформлення авторських характеристик каналів та мова спілкування з глядачем дають змогу вести мову про моделювання журналістом-коментатором своєї реципієнтної аудиторії за мовним принципом.

Деякі автори каналів почали займатися політичним відеокоментуванням після повномасштабного вторгнення країна-агресора.

Громадянські журналісти застосовують практично той же самий інструментарій, що й професійні, адже розвиток інформаційних технологій дає такі можливості для всіх, та й жанрова логіка такого різновиду комунікації автора з аудиторією диктує саме такий стратегічний підхід.

Для політичного відеокоментаря на роль інформаційного об'єкта автори обирають актуальні події, новини, персони політичного діяча тощо. У структурному плані політичний відеокоментар дублює структурну організацію коментаря в широкому розумінні цього терміна. Для формування інформаційного плану політичного відеокоментаря автори використовують візуальні засоби різної природи: відеоцитати, скріншоти, фотографії, інтернет-

меми, запрошуюють медійних авторитетів та експертів. До цього додаються також вербальні засоби стилістичного увиразнення тексту.

Мовною специфікою політичних відеокоментарів є підвищення рівня експресивності висловлювання. Тут останнім часом набагато активніше почали використовувати сленгову і лайливу лексику, подекуди уживається навіть нецензурну. Така гіперемоційність, виражена у «міцному слові», є реакцією на події російсько-української війни.

Ведення своїх ютуб-каналів та публікація тут політичних відеокоментарів для професійних журналістів відкривають можливість публікувати свої матеріали поза процесами регулювання редакційною політикою. Безробітні журналісти забезпечують себе шансом займатися професійною діяльністю. Громадянські журналіст мають змогу реалізувати свій творчий медійний потенціал. За якісну та успішну масмедійну продукцію усі ці групи ютуберів відкривають можливість для отримання прямих донатів від глядачів, винагороди на платформі патреон теж від користувачів та монетизацію самого ютубу.

Дехто у своїх коментарях використовує українську мову, дехто – російську. Інколи це може бути почергове уживання. Створення контенту російською – це бажання охопити коментування також і аудиторію інших країн (зокрема – і країни-агресора). Є випадки використання суржику, але це відбувається для досягнення стилістичної мети.

Політичні відеокоментарі, опубліковані на платформі «Ютуб», мають змогу отримувати від реципієнтів зворотний зв'язок, реалізуючи таку ознаку інтернет-журналістики, як інтерактивність. У коментарях до відеороликів глядачі можуть висловлювати свої думки щодо аналізованого об'єкта або щодо самого коментаря, побажання, подяку, зауваження, висновки тощо.

Прямоефірні політичні відеокоментарі на ютубі супроводжуються чатом із глядачами. Це відкриває можливості для реципієнтів коментувати інформаційний потік текстовими повідомленнями і ставати співавторами медійних матеріалів.

Перспективи жанру політичного відеокоментаря визначаються багатьма факторами. Зокрема це: поява нових медійних технологій та удосконалення наявних, перетворення інтернету на своєрідну базу даних, можливість для користувачів мережі вільно обирати та отримувати потрібний контент, конкурування телеканалів не між собою, а з ютубом, куди переходять споживачі телевізійної інформації і самі телеканали, усе виразніша демонстрація переваги ютубу як платформи для відеомовлення, подальше розширення кількості ютуб-каналів як професійних журналістів, так і громадянських, що спричинить зростання конкуренції між творцями відеоконтенту, наслідком чого стане удосконалення якості цих матеріалів, від чого виграє глядач. Зміна і розвиток політичної ситуації вноситиме корективи і в тематику політичних відеокоментарів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агафонова Г. С. Доцільність використання SMM у оптимізації функціонування політичних партій в Україні. *Політологічні записки*. 2013. № 7. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Polzap_2013_7_10. (дата звернення 13. 11. 2023)
2. Андреева Т. М. Оними як ресурс для неологізації у ФБ-коментарях. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2019. №39. С. 122–145.
3. Бабенко В. Інформаційний перехід телебачення на нові платформи мовлення: український досвід. *Вісник Львівського університету. Серія : Журналістика*. 2014. Вип. 39 (2). С. 117–123.
4. Бабій І. Українська блогосфера як відображення соціокультурних процесів. *Збірник наукових праць за матеріалами всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю „Тоталітаризм як система знищення національної пам’яті“*, 11-12 червня 2020 року. Львів : Друкарня Львівського національного медичного університету імені Данила Галицького, 2020. С. 16–19.
5. Білан Н.І. Особливості Інтернет-комунікації. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2015. Том 59. С. 51–54.
6. Боднарчук О. В. Політична самоорганізація громадян України у соціальних мережах. *Грані*. 2014. № 6. С. 121–125.
7. Бровкіна, О. В., Мага, А. В. Прикметники як одиниці здійснення впливу в тексті англomовного політичного коментаря та засоби їх впливу. *Південний архів (філологічні науки)*. 2020. Вип. LXXXIII. С. 33–37.
8. Василенко М. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі. К. : КНУ імені Тараса Шевченка, 2006. 160 с.

9. Василенко М. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі. К.: Інститут журналістики КНУ ім. Т. Шевченка, 2006. 238 с.
10. Васильченко В. Блогер Андрій Луганський як громадянський журналіст. *Матеріали X конгресу «Авіація в XXI столітті» – «Безпека в авіації та космічні технології»*. Київ, 2022. С. 6.2.162–6.2.165. URL: https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/59225/1/%d0%92%d0%b0%d1%81%d0%b8%d0%bb%d1%8c%d1%87%d0%b5%d0%bd%d0%ba%d0%be_%d0%90%d0%b2%d1%96%d0%b0%d1%86%d1%96%d1%8f%20%d0%a5%d0%a5%d0%86.pdf (дата звернення 30. 10. 2023)
11. Васильченко В. Громадянська медіадипломатія в реаліях сучасності. *XVI міжнародна науково-технічна конференція «AVIA-2023»*. К.: НАУ, 2023. С. 28.48–28.52. URL: <https://conference.nau.edu.ua/index.php/AVIA/AVIA2023/paper/view/9677/7827> (дата звернення 10. 11. 2023)
12. Васильченко В. Медіадипломатія в контексті технологізації комунікативних процесів. *Contemporary International Relations: Topical Highlights of Theory and Practice – 2023 : the Monograph / Edited by Yu. Voloshyn, N. Vasylyshyna*. Warsaw: RS Global Sp. z O.O., 2023. P. 26–33. URL: <https://monographs.rsglobal.pl/index.php/rsgl/catalog/view/62/61/521-2> (дата звернення 07. 11. 2023)
13. Веремчук Т. Осінь телебачення в інтернеті. URL: <https://detector.media/rinok/article/64134/2011-07-07-osin-telebachennya-v-interneti/> (дата звернення 15. 11. 2023)
14. Виговська Н. Журналістські жанри в мультимедійному світі (на прикладі запорізьких ЗМІ). *Світ соціальних комунікацій*. 2013. Т.10. С. 60–62. URL: <http://wsc.kyumu.edu.ua/toms/10/060-062.pdf> (дата звернення 28. 10. 2023)
15. Гайванович І. Громадянська журналістика доповнює професійну. URL: <https://p.dw.com/p/EMSa>. (дата звернення 03. 11. 2023)

16. Гвоздєв В. Блогінг як вияв і знаряддя громадянської журналістики. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*. 2013. Вип. 38. С. 469–476.
17. Гетьманець М.Ф., Михайлин І. Сучасний словник літератури і журналістики / М.Ф. Гетьманець, І.Л. Михайлин. Х.: Прапор, 2009. 384 с.
18. Городенко Л. М. Тенденції розвитку інформаційних жанрів в українському Інтернеті. URL: <https://seanewdim.com/wp-content/uploads/2021/03/The-Tendencies-of-the-Information-Genres-Development-on-Ukrainian-Internet-L.-Horodenko.pdf> (дата звернення 13. 11. 2023)
19. Гресько О. В. Роль і місце громадянської журналістики у процесі творення новин. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2015 р., № 2 (22). С. 76–80.
20. Данько-Сліпцова А. Нові медіа: історія, типологія. *Освіта регіону* 2014. № 1-2. URL: <https://social-science.uu.edu.ua/article/1242> (дата звернення 18. 11. 2023)
21. Денисюк С. Г. «Нові мас-медіа» як чинник впливу на сучасні політичні комунікації. *Гілея: науковий вісник*. 2015. Вип. 94. С. 395–398.
22. Дрешпак В. М. Жанрологія журналістських творів : навчальний посібник. Дніпро : УМСФ, 2021. 186 с.
23. Дуб О. Коментар до коментарю. *Медіакритика*. 2008. № 2. URL: <https://www.mediakrytyka.info/drukovani/02/komentar-do-komentaryu.html> (дата звернення 03. 10. 2023)
24. Дубняк К. В. Соціальні мережі Інтернет як засіб обміну інформацією. *Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації*. 2014. № 3. С. 122–126. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2014_3_28. (дата звернення 11. 10. 2023)
25. Єнін М. Н. Засоби масової інформації (ЗМІ). *Велика українська енциклопедія*. URL: [https://vue.gov.ua/Засоби масової інформації \(ЗМІ\)](https://vue.gov.ua/Засоби масової інформації (ЗМІ)) (дата звернення 06. 10. 2023)

26. Желінська Н. В. Відеоблогінг у сучасному українському інформаційному просторі: стратегія виходу українських медіа в соціальні мережі Youtube і Ticktock. Кам'янець-Подільський, 2021. 82 с.
27. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості: Підручник / В. Й. Здоровега. 2-ге вид., переробл. і допов. Львів: ПАІС, 2004. 268 с.
28. Зуєва К. Віктор Литовченко – найкращий блогер України в категорії Народний вибір. URL: <https://fakty.com.ua/ua/ukraine/suspilstvo/20181002-viktor-lytovchenko-najkrashhyj-bloger-ukrayiny-v-kategoriyi-narodnyj-vybir/> (дата звернення 01. 11. 2023)
29. Івасюк В. М. Тенденції розвитку розважальних програм сучасних українських телеканалів на платформі YouTube. Острог : Національний університет «Острозька академія», 2021. 84 с.
30. Іващук Л. Соціальні мережі Інтернету в сучасній політичній комунікації. *Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського*. 2011. Вип. 32. С. 63–70. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/npnbuimviv_2011_32_6. (дата звернення 20. 10. 2023)
31. Ірха К. Політичний складник феномену «лідер громадської думки»: теоретичний аспект. *Науковий журнал «Політикус»*. 2021. Випуск 2. С. 7–12.
32. Карась С. Обсценна лексика: за і проти. URL: <https://www.0462.ua/news/3661386/obscenna-leksika-za-i-proti> (дата звернення 27. 10. 2023)
33. Карпенко О. Що таке Patreon і як там можна заробляти. URL: <https://ain.ua/2023/04/30/shho-take-patreon-i-yak-tam-mozhna-zaroblyaty/> (дата звернення 03. 11. 2023)
34. Картавченко Д. Як працює монетизація в українському YouTube? URL: <https://web-promo.ua/ua/blog/yak-praczuuye-monetyzacziya-v-ukrayinskomu-youtube/> (дата звернення 12. 10. 2023)

35. Кевлюк І. В. Медіатекст як креолізований конструкт. *Contemporary International Relations: Topical Highlights of Theory and Practice – 2023 : the Monograph* / Edited by Yu. Voloshyn, N. Vasylyshyna. Warsaw: RS Global Sp. z O.O., 2023. P. 52–63. URL: <https://monographs.rsglobal.pl/index.php/rsgl/catalog/view/62/61/521-2>. (дата звернення 19. 10. 2023)
36. Ковальова О. К. Стилiстичнi особливостi гiпертекстових посилань у французьких iнтернет-ЗМI. *Вiсник Київського національного лiнгвiстичного унiверситету. Серiя : Фiлологiя*. 2018. Т. 21, № 1. С. 58–68. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vknl_u_fil_2018_21_1_8. (дата звернення 04. 10. 2023)
37. Коник А. Полiтичнi манiпуляцiї у телевiзiйному просторi України (на прикладi телеканалу «1+1»). *Система національних ЗМК у сучаснiй Україні: нова вiзiя*. Днiпро : ДНУ iменi О. Гончара, факультет систем i засобiв масової комунiкацiї, 2021. С. 48–50.
38. Копистянська Н. Жанр, жанрова система у просторi лiтературознавства: Монографiя. Львiв: ПАiС, 2005. 368 с.
39. Крайнiкова Т. С. Аналітичнi жанри журналістики. *Велика українська енциклопедiя*. URL: [https://vue.gov.ua/Аналітичнi жанри журналістики](https://vue.gov.ua/Аналітичнi_жанри_журналістики). (дата звернення 20. 09. 2023)
40. Краснякова А. О. Інтернет-комунікація як чинник становлення політичної суб'єктності особистості. *Проблеми політичної психології*. 2015. Вип. 2. С. 243–253.
41. Крейг Р. Інтернет-журналістика: робота журналіста і редактора у нових ЗМІ / Р. Крейг; пер. з англ. А. Іщенко. К. : Вид-дiм “Києво-Могилянська академiя”, 2007. 324 с.
42. Крикуненко О. О. Медіаконвергентність: сутність, типологія, жанрові трансформації. Суми: СумДУ, 2020. 58 с.
43. Кулинич Ю. Розвиток телебачення на платформі YouTube у Кременчуці. *Система національних ЗМК у сучаснiй Україні: нова вiзiя*.

Дніпро : ДНУ імені О. Гончара, факультет систем і засобів масової комунікації, 2021. С. 50–52.

44. Лашкіна М., Христокін Г., Васильченко В. Крос-культурні комунікації в цифрову епоху: актуальність в журналістській діяльності.

Образ : науковий журнал. Суми ; Київ, 2023. Вип. 2 (42). С. 86–96.

45. Левченко О. Зміна парадигми аудіовізуальних мистецтв у ситуації експансії цифрових технологій. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія : Аудіовізуальне мистецтво і виробництво*. 2018. Вип. 2. С. 42–52.

46. Любчук Н.В. Відтворення у перекладі прагматичного потенціалу заголовка політичного коментаря. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2022. Вип 48, том 2. С. 89–95.

47. Мага А. В. Функціональна семантика прикметників в тексті англomовного політичного коментаря: аспекти перекладу. Суми : СумДУ, 2020. 74 с.

48. Мальцева Л. Українська блогосфера: функціонально-стильова характеристика. *Вісник Львівського унту. Сер. філол.* 2011. Вип. 52. С. 278–289.

49. Марків О. Т. Коментар у редакторському опрацюванні (на матеріалах двомовного журналу “The Ukrainian”). *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2012. № 4 (12). С. 153–157. URL: https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/26017/Markiv_Komentar.pdf?sequence=1 (дата звернення 06. 10. 2023)

50. Маслова Т. Б. Принципи класифікації комунікативних стратегій. URL: http://www.kamts1.kpi.ua/sites/default/files/files/maslova_pryntsypy.pdf (дата звернення 09. 10. 2023)

51. Мелещенко О. К. Жанр замітки у пресовій і фотожурналістиці: огляд теоретичних напрацювань й критичний коментар. *Журналістика*. 2017. Вип. 16 (41). С. 138–149.

52. Михайлин І. Основи журналістики: Підручник. Х.: ХІФТ, 2008. 278 с.
53. Моженко М. В. Дигіталізація медіа і сучасна аудіовізуальна культура. *Вісник КНУКіМ. Серія «Мистецтвознавство»*. 2015. № 33. С. 91–98.
54. Мусієнко О. В. Визначення поняття «інтернет-відеохостинг» у сучасній аудіовізуальній культурі. *Культура України*. 2019. Випуск 65. С. 81–87.
55. Набока М. Відеоблогінг як телебачення майбутнього. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/27900160.html> (дата звернення 10. 11. 2023)
56. Надточій О. Жанр коментарю: до проблеми методики викладання. *Вісник Черкаського університету. Серія : Педагогічні науки*. 2012. № 32 (245). С. 66–72.
57. Надточій О. Л. Розширення жанрових меж сучасного коментарю в межах аналітичних текстових форматів. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2019. № 3 (39). С. 51–55.
58. Недбай В. В. Блог як феномен політичної комунікації. URL: <https://periodicals.karazin.ua/politology/article/download/3355/2928/> (дата звернення 26. 11. 2023)
59. Неприцька Т. І. Політична комунікація у соціальній мережі Facebook. *Гілея: науковий вісник*. 2015. Вип. 94. С. 372–375.
60. Овсянніков А. Відеохостинги як перспективна платформа для інтеграції українських телеканалів. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2018. Т. 1. С. 67–76.
61. Паливода А. В. Новітні медіа та комунікаційні технології. Термінологічний словник.. Київ. 2012. 412 с.
62. Парфенюк І. М. Соціальні мережі інтернету як засіб комунікації політичного лідера (на прикладі соцмереж Президента України). *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2017. № 2. С.

- 58–65. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bdi_2017_2_10. (дата звернення 15. 09. 2023)
63. Печерський А. Гумор – ефективний засіб боротьби з пропагандою рф – фронтмен «ВАТА TV» Віктор Литовченко. URL: <https://armyinform.com.ua/2022/07/12/gumor-%E2%88%92-efektyvnyj-zasib-borotby-z-propagandoyu-rf-%E2%88%92-frontmen-vata-tv-viktor-lytovchenko/> (дата звернення 02. 11. 2023)
64. Полісученко А. Інтерактивність у телевізійному мовленні України: теорія і практика: автореф. дис. на здобуття ступеня канд. наук. із соціальних комунікацій : спец. 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій. К., 2014. 15 с.
65. Поліщук Р. Дмитро Чекалкин: Зеленський ніколи не дозволяв собі глузувати над Путіним. URL: <https://glavcom.ua/interviews/dmitro-chekalkin-suspilstvo-maje-otrimati-bolisne-shcheplennya-vid-cogo-populizmu-697439.html> (дата звернення 13. 10. 2023)
66. Половинчак Ю. Конвергентні процеси у сучасному інфопросторі: трансформація текстів, практик, ієрархій. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського*. 2017. Вип. 46. С. 31–44.
67. Половинчак Ю. Особливості функціонування української блогосфери. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*. 2015. № 42. Р. 99–102.
68. Почапська-Красуцька О. Сатиричний політичний коментар на сторінках газети «Postpostup». *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Філологія. Соціальні комунікації*. 2011. Вип. 26. С. 233–236.
69. Радчик Р. В. Журналістський фах: інформаційні жанри. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2015. 272 с.
70. Ривліна В. М. Дискурс культури в нових медіа. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації»*. 2018. №12. С. 67–74.

71. Рудик М. Комунікативні особливості українських відеоблогів на прикладі Youtube-каналів Телебачення «Торонто», Яніни Соколової та Остапа Дроздова. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2021. Випуск 50. С. 205–212.
72. Рябічев В. Л. Мультимедіа в Інтернет-журналістиці. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2010. Т. 40. С. 67–70.
73. Сарміна Г. Л. Медіаконвергенція як чинник формування крос-медіа. *Наукові записки Інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка*. 2017. Т. 1 (66). С. 86–92.
74. Соломатова В. Специфіка аудіовізуального дискурсу в дигітальній культурі. *Питання культурології*. 2019. Вип. 35, С. 68–76.
75. Тонкіх І. Ю. Інтернет-журналістика. Жанри в Інтернеті : навчальний посібник. Запоріжжя : ЗНТУ, 2017. 129 с.
76. Торська О. Сучасна українська молодь vs телебачення. *Система національних ЗМК у сучасній Україні: нова візія*. – Дніпро : ДНУ імені О. Гончара, факультет систем і засобів масової комунікації, 2021. С. 67–69.
77. Фісенко Т. В. Політичні комунікації у соціальних інтернет-мережах. *Перспективні напрямки дослідження українського медійного контенту: фундаментальні та прикладні аспекти*. К. : Інститут журналістики, 2016. С. 64–68.
78. Цепенюк Т., Яновська Х. Лінгвістичні особливості відеоконтенту платформи Youtube. *Наукові записки. Серія : Філологічні науки*. Кропивницький : КОД, 2018. Вип. 175. С. 84–88.
79. Цимбаленко Є. Конвергенція мас-медіа і медіакомунікацій. URL: <http://social-science.com.ua/article/1102>. (дата звернення 21. 09. 2023)
80. Шевченко В. Е. Особливості контенту в сучасному журналістикознавстві. *Діалог*. 2015. Вип. 21. С. 7–26. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/dialog_2015_21_4. (дата звернення 28. 09. 2023)

81. Шубенко Н. О. Аудіовізуальний медіатекст : специфіка, структура, властивості. *Культура і Сучасність: альманах*. К. : Міленіум, 2012. №1. С. 145–149.

82. Щедрова Г. Блогінг як засіб політичної комунікації: теоретичний та прикладний аспекти. *Гілея*. 2018. № 130. С. 363–366.

83. Щербина А. Жанри сатири і гумору: Нарис. К.: Дніпро, 1977. 136 с.

84. Ятчук О. Соціально-комунікаційні моделі та технології інтерактивного телебачення : автореф. дис. на здобуття ступеня канд. наук. із соціальних комунікацій : спец. 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій. К., 2014. 15 с.

Електронні ресурси

85. Berezovets shorts. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCbjkpPB7hAg-kOBob9Gm1Aw>. (дата звернення 10. 11. 2023)

86. Denis Kazanskyi. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCnbuCp4py12SNWcc5TI1RHA>. (дата звернення 15. 11. 2023)

87. Newsader URL: <https://www.youtube.com/channel/UCScgYslpMrH5FkxJ2e0Vpg>. (дата звернення 06. 11. 2023)

88. Olha Len | Ольга Ленъ. URL: <https://www.youtube.com/@olhalen1811/featured>. (дата звернення 02. 11. 2023)

89. STERNENKO на зв'язку. URL: <https://www.youtube.com/c/STERNENKO>. (дата звернення 07. 11. 2023)

90. Yanina Sokolova. URL: <https://www.youtube.com/@YaninaSokolova>.

91. Алексей Гончаренко. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCTMk4C1-CnQTktdVTDIY12g>. (дата звернення 18. 11. 2023)

92. Анастасія НОПІЦИНА. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCDEhH9sddWCTZJ1vZHVrRSQ>. (дата звернення 03. 11. 2023)
93. Андрей Луганский 2. URL: <https://www.youtube.com/@Luganskiy-2>. (дата звернення 01. 11. 2023)
94. Андрей Луганский TV. URL: <https://www.youtube.com/@lugaTV>. (дата звернення 02. 11. 2023)
95. Ані Лорак навчила Соловійова української. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Bqrz8NNCfEc>. (дата звернення 19. 11. 2023)
96. В войне наступил перелом | Путин передал предложение Зеленскому | США склоняются к закрытию неба. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=aQQKPz4ogDI>. (дата звернення 14. 11. 2023)
97. БАТА TV. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=m2nOr9Ud7W8>. (дата звернення 04. 11. 2023)
98. Віталій Портников. URL: <https://www.youtube.com/@portnikov>. (дата звернення 21. 11. 2023)
99. ДЛЯ ПРОПАГАНДИСТІВ РФ Майдан - катастрофа планетарного масштаба | Хроніки інформаційної війни. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=nAPxszq0uoI>. (дата звернення 10. 11. 2023)
100. Дмитро Чекалкин. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCosCGr1KThCBOXjeKUO7WmQ>. (дата звернення 13. 11. 2023)
101. Дружину БУДАНОВА ніхто не труїв? Версії інциденту від російської ПРОПАГАНДИ - ОБЕРЕЖНО ЗОМБОЯЩИК! . URL: https://www.youtube.com/watch?v=A7_GOVqX_yQ. (дата звернення 06. 11. 2023)

102. Донат – що це таке в соціальних мережах, відеоіграх та на стрімах. URL: <https://termin.in.ua/donat/> (дата звернення 08. 11. 2023)
103. ЗупиниЛося. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCcH4BgfQqiaeh-Rw2Kvj8rQ>. (дата звернення 07. 11. 2023)
104. Катерина Соляр. URL: https://www.youtube.com/channel/UC3yg0uhbAzAffTFJeJ_Y74w. (дата звернення 11. 11. 2023)
105. КУДИ ДІЛИСЯ ТАНКИ І РАКЕТИ? США СЕРЙОЗНО ЗАГОВОРИЛИ З УКРАЇНОЮ! ГОНЧАРЕНКО ВІДПОВІДАЄ - ЩО ДАЛІ. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=RxZ9hZcs0Y8>. (дата звернення 06. 11. 2023)
106. Нардепа Шевченка розстріляли тричі, і він вимагає помиритись з росіянами. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=uwNY4FFAHt4>. (дата звернення 20. 11. 2023)
107. "Не надо нас освобождать! Оставьте нас в покое!" Жители Херсона обратились к России. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=hOYzbUEvTRQ>. (дата звернення 16. 11. 2023)
108. ОЛЕКСІЙ ПЕТРОВ Шалений Кіт Інформаційний взводний опорний пункт. URL: https://www.youtube.com/@shaleniy_kit. (дата звернення 01. 11. 2023)
109. Офіційний сат 24 каналу. URL: https://24tv.ua/general_info (дата звернення 12. 11. 2023)
110. Підрив БАМу в Росії: що відомо | Віталій Портников. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=cPRk6nzDJfM>. (дата звернення 09. 11. 2023)
111. Почалось ПОЛЮВАННЯ і ПОКАРАННЯ. ЦАХАЛІ розгортає СИЛИ ВІДПЛАТИ на Півдні та Півночі. URL:

- <https://www.youtube.com/watch?v=HDy6Q4SIXHI&list=PLuFlabNyN8mNiMU0KCTBo6iNAB7nMg9Qm&index=4>. (дата звернення 28. 11. 2023)
112. Пропагандисти ниють: кругом чужа земля для російських окупантів | Хроніки інформаційної війни. URL: https://www.youtube.com/watch?v=WuQhbfHn5xM&list=PLCPC7CzM u8otPV4zWWcYPO_9XfDr0iyn7&index=4. (дата звернення 17. 11. 2023)
113. Разбор полётов. URL: https://youtube.com/channel/UCqEATsOitiTZ_1J6RUzxGmg. (дата звернення 06. 11. 2023)
114. "Разбор помёта" с Арсеном Цимбалюком. URL: https://www.youtube.com/playlist?list=PL9o6bQUWYNvJ_wvPPAh2va2A46BFiINIZ. (дата звернення 04. 11. 2023)
115. Роман Цимбалюк. URL: <https://www.youtube.com/@RomanTymbaliuk>. (дата звернення 15. 11. 2023)
116. РОСІЙСЬКІ ПРОПАГАНДИСТИ ВМИРАЮТЬ ВІД СВОЇ БРЕХНІ | Хроніки інформаційної війни. URL: https://www.youtube.com/watch?v=ACHLZyf2CSM&list=PLCPC7CzM u8otPV4zWWcYPO_9XfDr0iyn7&index=1. (дата звернення 16. 11. 2023)
117. Самки требуют брать Киев: плюсы, минусы, риски. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=V4da8S8Uw50>. (дата звернення 25. 11. 2023)
118. Симоньян ЗАКОХАЛАСЬ У ХАМАС / Соловійов НАКИНУВСЯ НА ІЗРАІЛЬ / ТРЕШ на рoсТБ | РОЗБІР ПОМЬОТА. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=zYB2FiJl8MM>. (дата звернення 26. 11. 2023)
119. Тарас Березовец. URL: <https://www.youtube.com/@Taras.Berezovets>. (дата звернення 26. 11. 2023)

120. ЦЕ ВЖЕ КРАЙ / Я НЕ СТРИМАВ СЛІВ від цієї новини. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=IkJVNUYVP-I>. (дата звернення 07. 11. 2023)
121. ЩО З ЛИЦЕМ У СКАБЄСВОЇ? Істерика через Кримський міст та воляють про ядерний удар / ЗОМБОЯЩИК. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=wBw2fuoEzrA>. (дата звернення 22. 11. 2023)
122. Що приховується за ДИТЯЧИМИ КОМПЛЕКСАМИ малороса Люсі Арестовича | НЕНАЧАСІ. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=9IPuqkRj1Jc>. (дата звернення 21. 11. 2023)
123. Як безуглі підіграють російській пропаганді І Хроніки інформаційної війни. URL: https://www.youtube.com/watch?v=3o8xuOK4hbw&list=PLCPC7CzMu8otPV4zWWcYPO_9XfDr0iyn7&index=7. (дата звернення 23. 11. 2023)
124. Андрей Луганский БЛОГ. URL: <https://www.youtube.com/@lugablog>. (дата звернення 24. 11. 2023)
125. Шалений Кіт на Прямому – Олексій ПЕТРОВ. URL: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLuFlabNyN8mNiMU0KCTBo6iNAB7nMg9Qm>. (дата звернення 27. 11. 2023)
126. Принімай страна Героєв! URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ZeZ8ksglUA0>. (дата звернення 29. 11. 2023)
127. РАДИ ЧЕГО БОРЕТСЯ УКРАИНА? - ответ Ганне Маляр. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=2JOXj0CdY0Q>. (дата звернення 30. 11. 2023)
128. УКРАЇНСЬКИЙ МОССАД? ❄️Кива - ВСЬО! У підмосков'ї знайшли тіло екснардепа. ЩО СТАЛОСЯ? Яніна знає! URL: <https://www.youtube.com/watch?v=QSb5-qBBj7A>. (дата звернення 23. 11. 2023)

129. Цензор.НЕТ. URL: <https://www.youtube.com/@Censorua.net> (дата звернення 24. 11. 2023)