

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

УДК 316.77:125

DOI <https://doi.org/10.32838/2663-6069/2020.4-4/26>

Комова М. В.

Національний університет «Львівська політехніка»

БЛОГЕРИ НОВИННОГО ІНТЕРНЕТ-ПОРТАЛУ ЦЕНЗОР.НЕТ: СКЛАД І ПУБЛІКАЦІЙНА АКТИВНІСТЬ

Метою роботи є вивчення складу й публікаційної активності блогерів новинного інтернет-порталу Цензор.НЕТ. Для досягнення мети необхідно виконати такі завдання: визначити критерії для диференціації блогерів; провести класифікацію блогерів за ознакою професійної та безкорисливої суспільної діяльності; сформувати вибірку топ-блогерів для екстраполяції статистичних показників їхнього блогінгу на генеральну сукупність блогерів. Методологія дослідження полягає у використанні загальнонаукових методів і спеціальних методик: аналізу, синтезу, контент-аналізу, логічного і статистичного методу, методу постулатної екстраполяції. Застосування цих методів дало змогу встановити особливості складу й публікаційної активності блогерів порталу Цензор.НЕТ. Метод візуалізації використано для представлення результатів дослідження. Наукова новизна роботи полягає в тому, що в статті проведено класифікацію блогерів порталу Цензор.НЕТ за ознакою професійної та добровільної безкорисливої суспільної діяльності. Дослідження комунікаційних ресурсів блогосфери з допомогою методу постулатної екстраполяції передбачає визначення складу й публікаційної активності блогерів. В основу класифікації блогерів інтернет-порталу Цензор.НЕТ покладено функціональний принцип. Диференціацію блогерів проведено за функцією, яку вони виконують у суспільному поділі праці: професійна сфера соціальної діяльності й добровільна безкорислива суспільна діяльність блогерів. Поділ блогерів за цими ознаками дає змогу припустити певну однорідність у межах професійної групи, адже представники певної професії можуть мати спільні (однакові, близькі, наближені) переконання, настанови, аксіологічні пріоритети. Вивчення складу блогерів і визначення основних професійних груп відкриває шлях для обґрунтування синергетичної парадигми, тобто комунікаційної моделі взаємозв'язку професійної належності блогерів і контентного наповнення блогів, кількісних характеристик публікаційної активності блогерів, зворотного зв'язку постингу. Блогосфера є вагомим середовищем для дослідження суспільних настроїв, електоральних пріоритетів, мемів, загалом суспільної свідомості.

Ключові слова: блогосфера, блог, блогер, постинг.

Постановка проблеми. Сучасність актуалізує трансформаційні процеси у сфері обігу документальної інформації (та й документосфері загалом), що за умови глобальної інформатизації суспільства перетворюється на важливу наукову проблему. Оскільки кожна історична епоха, за М. Маклюєном [1], визначається переважаючим типом комунікації, сама інформатизація зумовлює розвиток дедалі все більш глибоких трансформацій у типологічній і видовій класифікаціях документів, зміщення в зацікавленості цільових аудиторій до різних видів документів. Масово комунікаційний продукт, що відображає факти соціальної дійсності, виявляє власну матеріальну сутність уже не так у друкованому, як в електронному документі, який упевнено

займає домінуючі позиції в прикладній системі соціальних комунікацій. У сучасних умовах глобалізації ЗМІ стали продуцентом інформаційної продукції, маркованої певними політичними чи економічними інтересами, і безпосередніми учасниками комунікаційних актів щодо її розповсюдження в речовій документальній або електронній формі як товару або послуги. Спектр маркованих ідентифікаційних образів у соціальних комунікаціях вивчається як на рівні розпізнавання об'єктів реальності за раніше встановленими критеріями, так і на рівні суб'єктів впливу на контент повідомлень, зокрема щодо зміни когнітивних і біхевіористичних позицій користувачів інформації. Блогосферу формує широкий спектр інтерактивних

цифрових ресурсів: від особистих онлайн-журналів до професійних медіапроектів в Інтернеті, які реалізуються в блоговому форматі. Блоги здатні виконувати численні медіафункції більш широко й комплексно, ніж традиційні ЗМІ, зокрема рекреативну функцію, функцію залучення аудиторії в систему взаємодії з медіа.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Блогосфера є цінним джерелом інформації для вивчення сучасних глобальних соціальних процесів і їх тенденцій. Одним із вагомих аспектів дослідження блогосфери є ідентифікація комунікаційних характеристик блогерів та їхніх спільнот.

Метод аксіоматичної типології (постулатної екстраполяції) блогосфери розглядається як спеціальний дослідницький метод, який дає можливість сформулювати твердження, в основі яких лежить залежність певних вихідних положень і виведених із них похідних положень. Метод аксіоматичної типології блогосфери полягає в установленні очевидної залежності професійної належності авторів і контентного наповнення блогосфери (за тематикою контенту блогів, за активністю блогерів, за наявністю й інтенсивністю зворотного зв'язку, за технічною основою) [7]. Установлено, що належність блогерів інтернет-порталу Цензор.НЕТ до різних професійних груп визначає особливості використання маркованої лексики. Ідентифіковано й систематизовано марковану лексику постів за тематикою «російсько-українська війна», встановлено контекстуальні особливості використання маркованої лексики [6].

Важливим аспектом досліджень соціальних мереж є аналіз динаміки спільноти в блогосфері. Еволюція груп у блогосфері розглядається в аспектах: динаміки чисельності спільноти, наявності груп, виконання користувачами ролей [8]. Проводиться аналіз чинників зростання популярності блогів, створених непрофесійними журналістами; вплив традиційних медіа, створених професійними журналістами, на контент новинних і політичних блогів [10]. Установлено, що комунікаційні пріоритети, саморозкриття блогерів залежать від рівня соціальних потреб, мотивації до налагодження взаємозв'язків у блогосфері [11]. Вивчається медіаактивність, швидкість реакції блогерів на резонансні події (політичні, соціально-економічні) [13]. Демографічні характеристики блогерів та особливості тематики їх постів вивчаються в контексті дослідження місця блогів у системі соціальних комунікацій [9].

Розвиваються різноманітні методи ідентифікації впливових блогерів. Результати досліджень за

ідентифікаційними методами широко застосовуються в рекламі, інтернет-маркетингу й електронній комерції [4]. Запропонована методологія ідентифікації впливових блогерів, які здатні ефективно впливати на формування та коригування суспільної думки в необхідному напрямі [2]. Цілеспрямовано розглядаються та класифікуються моделі пошуку найвпливовіших користувачів у спільноті блогерів; моделі передбачають виконання певних функцій і блогінг у певній мережі [5]. На основі аналізу нової практики ведення блогів вивчено трансформацію споживачів-блогерів у бренди. Постійний процес виявлення ідентичності, адаптації та повторної інтерпретації із зацікавленими сторонами перетворює блогерів на людські бренди [3]. Для запобігання поширенню негативних емоцій користувачами блогу в умовах криз розроблена модель вірибажання-наміру. Метод застосований для прогнозування емоційних тенденцій користувачів блогів, які мають різні соціальні характеристики [12].

Постановка завдання. Метою роботи є вивчення складу й публікаційної активності блогерів новинного інтернет-порталу Цензор.НЕТ. Для досягнення мети необхідно виконати такі завдання: визначити критерії для диференціації блогерів; провести класифікацію блогерів за ознакою професійної та добровільної безкорисливої суспільної діяльності; сформувати вибірку топ-блогерів для екстраполяції статистичних показників їх блогінгу на всю генеральну сукупність блогерів.

Виклад основного матеріалу. Технологічно блогосфера – породження інформаційного суспільства. Однак вона є комфортним і доступним комунікаційним середовищем для реалізації функцій громадянського суспільства: самоорганізації громадськості для забезпечення суспільних прав і свобод; суспільної опозиції для владних структур, активного компонента в системі протидії в умовах спроб антинародної, антидержавної політики, узурпації влади; соціалізації індивідів, що зорієнтовує їх участь у вирішенні суспільно важливих питань. Ефективність інформаційної взаємодії залежить від соціокомунікаційних чинників: інтелектуального рівня блогосфери (доступності викладу матеріалу; логічності й несуперечності тез; фактологічності, документальності, аргументованості, об'єктивності постів); контентних характеристик постів (мовностилістичних особливостей, мультимедійності, емоційності викладу); наявності суспільних соціально-економічних, правових передумов, ментальності споживачів інформації для сприйняття аксіологічних, світоглядних смислів, поширюваних блогосферою.

Дослідження ресурсів блогосфери з допомогою методу постулатної екстраполяції проводимо на основі блогів, створених на потужностях блог-служби новинного інтернет-порталу Цензор.НЕТ і виявлених на час – початок липня 2019 року. Одним із етапів реалізації дослідження є встановлення складу й публікаційної активності блогерів, що має базове значення. В основу класифікації блогерів, які створюють блоги на інтернет-порталі Цензор.НЕТ, покладено функціональний принцип, тобто диференціацію блогерів проведено за тією функцією, яку вони виконують у суспільному поділі праці. До ознак, за якими виділяються види, належать професійна сфера соціальної діяльності й добровільна безкорислива суспільна діяльність блогерів.

Поділ блогерів за професійною ознакою дає змогу досягнути певної однорідності й можливості зіставлення, адже апріорно будемо вважати, що представники певної професії можуть мати спільні (однакові, близькі, наближені) переконання, настанови, особистісні цінності. Це дасть можливість виявити особливості аксіологічних пріоритетів блогерів, а також блогосфери інтернет-порталу Цензор.НЕТ загалом.

Зарахування блогерів до певної професійної групи проводимо на основі персональних відомостей, указаних безпосередньо в постах. Під час

визначення спеціальної сфери діяльності керуємося такими засадами: професійна належність визначається за першою з указаних сфер його діяльності; авторська позиція щодо пріоритетності сфер діяльності виявляє внутрішнє самовідчуття, самовизначення блогера на підсвідомому рівні; авторська позиція часто вказує на головну течію мотивації, що спонукала написати перший блог; професійна належність блогерів, які вказали тільки посаду або добровільну безкорисливу суспільну зайнятість, визначається сферою діяльності вказаної організації; професійна належність блогерів визначається на час проведення дослідження; актуалізація персональних даних блогерів, які зробили постинг у попередні роки і статус яких змінився, не проводиться. Виділяємо 16 професійних груп блогерів:

– **професіонали**: 1. представники законодавчої влади (депутати різних рівнів); 2. представники виконавчої влади (урядовці різних рівнів, дипломати); 3. представники судової влади (судді, адвокати, юристи, правозахисники); 4. підприємці, банківські працівники; 5. військовослужбовці, ветерани війни, волонтери, актив воєнізованих організацій; 6. освітяни і науковці; 7. медики; 8. діячі культури і мистецтва;

– **громадянське суспільство**: 9. журналісти; 10. політики, громадські активісти; 11. політо-

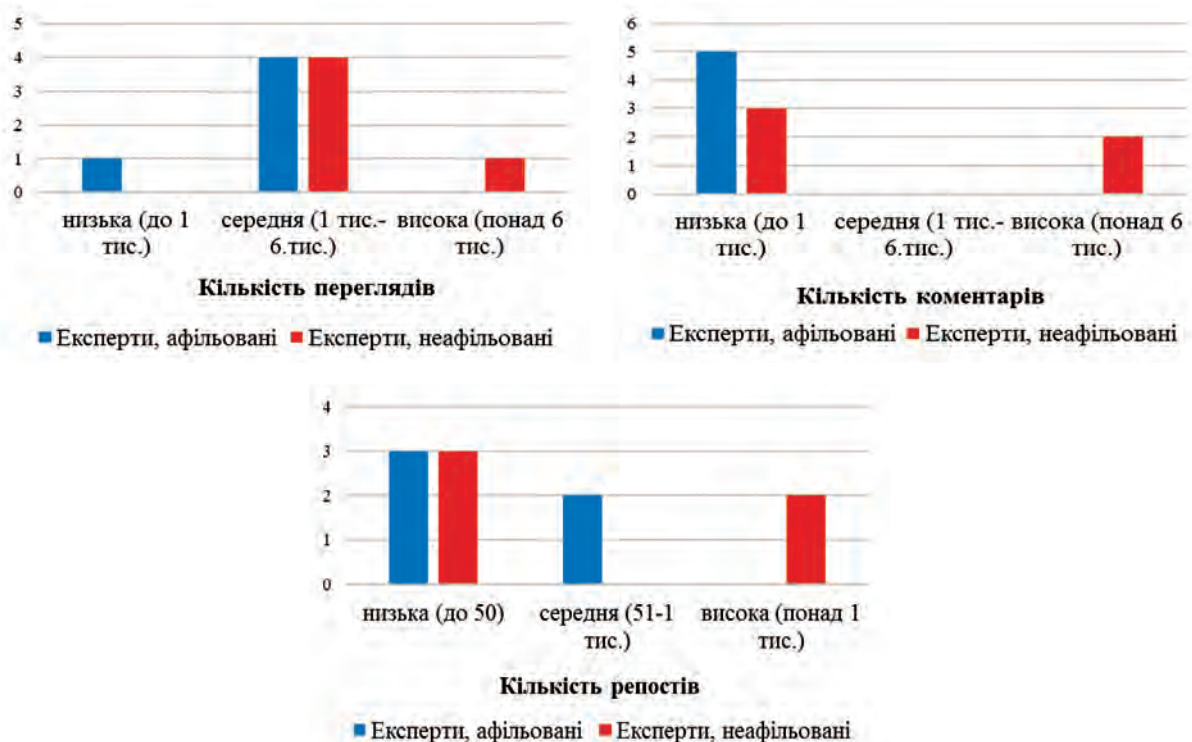


Рис. 1. Показники зворотного зв'язку афільованих і неафільованих експертів

логи; 12. експерти, афільовані з громадськими організаціями, фондами, програмами, асоціаціями; 13. експерти неафільовані; 14. духовенство; 15. персоналії; 16. закордонні блогери.

Уважаємо, що така детальність поділу на професійні групи дає можливість уловити нюанси інформаційної взаємодії. Так, наприклад, експертне середовище представлене 2 групами: експерти, афільовані з громадськими організаціями, фондами, програмами, асоціаціями, та експерти неафільовані. Синергетична парадигма блогосфери Цензор.НЕТ в аспекті зворотного зв'язку в цих групах різна: незалежні експерти, неафільовані з певними структурами громадянського суспільства, мають вищий ступінь довіри за всіма показниками: за переглядами, коментарями, репостами у FB (рис. 1).

Блогосфера Цензор.НЕТ охоплює 548 блогерів (станом на 01.07.2019), з яких 21 блог ведуть різноманітні громадські, волонтерські, добровольчі, ветеранські, екологічні організації (таблиця 1).

Ці організації становлять інституції громадянського суспільства:

– організації з досліджень і реалізації державної політики: ІСЕД (Інститут суспільно-економічних досліджень), «Поліція Чернігівщини»;

– правозахисні організації: «Кассации и апелляции» (Національний центр правозахисту);

– ветеранські, волонтерські, воєнізовані організації: People's Project (Всеукраїнський центр волонтерів), Seni Cup (спортивне товариство для людей з особливими потребами), HELP (Громадська організація «Форпост»), НВП «Темп-3000», Школа військових водолазів, Волонтерське об'єднання, Об'єднання дружин і матерів бійців-учасників АТО, Волонтерський фонд «Повернись живим», Волонтерська організація Благодійний фонд «Сестри Перемоги», WWU Серце воїна, «Національний корпус», «Луганские партизаны»;

– екологічні організації: «WWF в Україні», Всесвітній фонд дикої природи, Центр екологічних ініціатив «Екодія», «ЕКО патруль».

Значна кількість блогерів ускладнює проведення синхронного зрізу для проведення багатоаспектного дослідження блогосфери інтернет-порталу Цензор.НЕТ за допомогою методу постулатної екстраполяції. Тому використовуємо методику контент-аналізу для формування вибірки, тобто сукупності певної кількості блогерів, статистичні характеристики блогінгу яких обчислюються так, щоб можна було зробити

Таблиця 1

Склад і публікаційна активність блогерів інтернет-порталу Цензор.НЕТ (станом на 01.07.2019)

№ з/п	Група блогерів	К-сть блогерів	з них		К-сть постів	Сер. к-сть постів на 1 блогера	Блоги укр. мовою
			блогери-жінки	блогери-організації			
	Професіонали						
1	Депутати різних рівнів	51	4	–	1430	28	36
2	Урядовці різних рівнів	47	11	2	977	21	36
3	Судді, адвокати, юристи, правозахисники	49	9	2	715	15	30
4	Підприємці, банківські працівники	27	4	–	304	11	12
5	Військовослужбовці, ветерани війни, волонтери, актив воєнізованих організацій	82	17	14	2149	26	40
6	Освітяни й науковці	17	6	–	150	9	9
7	Медики	8	2	–	31	4	4
8	Діячі культури й мистецтва	11	1	–	119	10	7
	Громадянське суспільство						
9	Журналісти	98	38	–	2743	28	45
10	Експерти, афільовані з громадськими організаціями, фондами, асоціаціями	64	11	3	1617	25	34
11	Експерти неафільовані	13	1	–	539	41	5
12	Політики. Громадські активісти	28	4	–	1121	40	19
13	Політологи	15	2	–	564	38	7
14	Духовенство	5	–	–	116	23	3
15	Персоналії	24	7	–	565	24	2
16	Закордонні блогери	9	3	–	34	4	1
	Разом	548	120	21	13140	23	290

висновки та екстраполювати їх на всю генеральну сукупність (загальну кількість блогерів на Цензор.НЕТ). Для забезпечення репрезентативності



Рис. 2. Алгоритм формування вибірки блогерів

вибірки визначаємо низку стратегій, які потрібні для забезпечення максимально можливого дотримання внутрішньої й зовнішньої валідності, тобто результати дослідження мали бути обґрунтованими як для вибраної сукупності блогерів, так і для генеральної сукупності внаслідок екстраполяції. Для проведення дослідження використовуємо такі стратегії: стратометричний відбір, який передбачає поділ генеральної сукупності на страти, яким властиві певні характеристики; попарний відбір, який передбачає формування груп вибірки, які володіють параметрами, еквівалентними за важливістю для дослідження; випадковість відбору у вибірці (рис. 2).

У кожній із професійних груп виділяємо по 5 топових блогерів, які мають найвищі показники активності постингу. Дослідження поширюється на 5 останніх постів кожного з топ-блогерів.

Таблиця 2

Склад і публікаційна активність топ-блогерів інтернет-порталу Цензор.нет (станом на 01.07.2019)

№ з/п	Група блогерів	К-сть постів топ-блогерів	Сер. к-сть постів на 1 топ-блогера	К-сть топ-блогерів-жінок	Мова топ-блогів			
					українська	українська, англійська	російська	українська, російська
	Професіонали							
1	Депутати різних рівнів	593	119	1	5	–	–	–
2	Урядовці різних рівнів	665	131	–	3	–	2	–
3	Судді, адвокати, юристи, правозахисники	379	76	–	3	1	1	–
4	Підприємці, банківські працівники	242	48	–	4	–	1	–
5	Військовослужбовці, ветерани війни, волонтери	665	131	–	2	–	2	1
6	Освітняни й науковці	122	24	–	–	–	–	5
7	Медики	35	7	2	2	–	2	1
8	Діячі культури й мистецтва	93	19	–	2	–	1	2
	Громадянське суспільство							
9	Журналісти	1701	340	1	–	–	2	3
10	Експерти, афільовані з громад. організаціями	883	177	1	3	–	2	–
11	Експерти неафільовані	484	97	–	1	–	3	1
12	Політики. Громадські активісти	906	181	–	3	–	1	1
13	Політологи	330	66	–	1	–	4	–
14	Духовенство	114	23	–	3	–	1	1
15	Персоналії	403	81	–	1	–	2	2
16	Закордонні блогери	29	6	2	1	1	1	2
	Разом	7644	96	7	34	2	25	19

Отже, об'єктом дослідження блогосфери Цензор.НЕТ за допомогою методу постулатної екстраполяції є блогінг 80 топ-блогерів, які створили 400 постів (таблиця 2).

Висновки і пропозиції. У трансформації сучасних медіасистем ключовим компонентом є технологічний чинник. В основі конвергентних зв'язків лежать інформаційні технології, які призводять до зниження або руйнування комунікаційних бар'єрів і створення такого комунікаційного середовища, у якому звичні стосунки журналіста, аудиторії й засобів масової інформації якісно змінюються. Конвергентні процеси змі-

нюють систему соціальних комунікацій, їх типологічну структуру. Докорінних змін зазнає склад автури, активно поповнюючись непрофесійними авторами. Вивчення складу блогерів і визначення основних професійних груп відкриває шлях для обґрунтування синергетичної парадигми, тобто комунікаційної моделі взаємозв'язку професійної належності блогерів і контентного наповнення блогів, кількісних характеристик публікаційної активності блогерів, зворотного зв'язку постингу. Блогосфера є вагомим середовищем для дослідження суспільних настроїв, електоральних пріоритетів, мемів, загалом суспільної свідомості.

Список літератури:

1. Маклюэн М. Понимание медиа : внешние расширения человека = Understanding Media : The Extensions of Man. Москва : Кучково поле, 2007. 464 с.
2. Agarwal N., Liu H. Blogosphere: research issues, tools, and applications. *ACM Journals*. 2008. Vol. 10. Issue 1.
3. Erz A., Heeris Ch. A. Transforming Consumers Into Brands. Tracing Transformation Processes of the Practice of Blogging. *Journal of Interactive Marketing*. 2018. № 43. P. 69–82. URL: <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2017.12.002>.
4. Ishfaq U., Khan H. U., Iqbal K. Identifying the influential bloggers: A modular approach based on sentiment analysis. *Journal of Web Engineering*. 2017. № 16 (5–6). P. 505–523.
5. Khan H. U., Daud A., Ishfaq U., Amjad T., Aljohani N., Abbasi R. A., Alowibdi J. S. Modelling to identify influential bloggers in the blogosphere: A survey. *Computers in Human Behavior*. 2017. № 68. P. 64–82.
6. Komova M., Yakovyna V. Identification of marked lexicon and its contextual features in social networks. *CEUR Workshop Proceedings*. 2020. Vol. 2616. P. 152–164. URL: <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85086306434&partnerID=40&md5=df9a41c11737906bc5ef5dc6514d783c>.
7. Komova M., Peleshchyshyn A., Petrushka A. Axiomatic typology as a special method of exploring documentary information. *CEUR Workshop Proceedings*. 2020. Vol. 2588 : Proceedings of the international workshop on conflict management in global information networks (CMiGIN 2019) co-located with 1st International conference on cyber hygiene and conflict management in global information networks (CyberConf 2019), Lviv, Ukraine, November 29, 2019. P. 324–335.
8. Kozlak J. A., Zygmunt A., Gliwa B., Rudek K. Dynamics of social roles in the context of group evolution in the blogosphere. *5th International Conference on Behavioral, Economic, and Socio-Cultural Computing, BESC*. Taiwan, 2018. P. 179–184.
9. Miller E. A., Pole A. Diagnosis Blog: Checking Up on Health Blogs in the Blogosphere. *American Journal of Public Health (AJPH)*. 2010. № 100 (8). P. 1514–1519.
10. Reese S. D., Rutigliano L., Hyun K. Mapping the blogosphere: Professional and citizen-based media in the global news arena. *Journalism*. 2007.
11. Tian Q. Social Anxiety, Motivation, Self-Disclosure, and Computer-Mediated Friendship: A Path Analysis of the Social Interaction in the Blogosphere. *Communication Research*. 2013. Vol. 40. Issue 2.
12. Wu P., Shen S., He D., Du J. T. A belief-desire-intention model for blog users' negative emotional norm compliance. *Electronic Library*. № 35(4). P. 798–821.
13. Zhou X. The political blogosphere in China: A content analysis of the blogs regarding the dismissal of Shanghai leader Chen Liangyu. *New Media & Society*. 2009. Vol. 11. Issue 6.

Komova M. V. BLOGGERS OF THE NEWS WEB PORTAL CENSOR.NET: COMPOSITION AND PUBLICATION ACTIVITY

The article studies the composition and publication activity of bloggers of the blogosphere of Censor.NET. To achieve this goal it is necessary to perform the following tasks: to define criteria for differentiation of bloggers; to classify bloggers based on professional and selfless social activity; to form a sample of top bloggers to extrapolate the statistics of their blogging to the general population of bloggers. The research methodology is based on the general and special scientific methods: analysis, synthesis, logical and statistical methods, method of postulated extrapolation. These methods are used to establish the peculiarities of the composition

and publication activity of bloggers of the Censor.NET web portal. The visualization method is used to present the results of the study. The scientific novelty of the work is the developed classification of bloggers of the portal Censor.NET based on professional and voluntary selfless social activity. The study of communication resources of the blogosphere using the method of postulate extrapolation involves determining the composition and publication activity of bloggers. The classification of bloggers of the news web portal Censor.NET is based on the functional principle. The differentiation of bloggers is based on the function they perform in the social division of labour: the professional sphere of social activity and voluntary selfless social activity of bloggers. The division of bloggers by these features allows assuming a certain homogeneity within the professional group. The representatives of a certain profession may have common (same or close) beliefs, guidelines, axiological priorities. The study of the composition of bloggers and the definition of major professional groups opens the way to substantiate the synergetic paradigm. The synergetic paradigm is the communication model of the relationship between professional affiliation of bloggers and blog content, quantitative characteristics of bloggers' publication activity, posting feedback. The blogosphere is an important environment for the study of public opinion, electoral priorities, memes, and public consciousness in general.

Key words: *blogosphere, blog, blogger, posting.*