

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з наукової роботи
Дніпровського національного університету
імені Олеся Гончара
Олег МАРЕНКОВ
« 09 » 09 2024 р.

**ВИСНОВОК**

про наукову новизну, теоретичне та практичне значення результатів дисертації Демченка Дмитра Сергійовича «Блогосфера як чинник медіатизації сучасного дискурсу політичних кампаній» представленої на здобуття ступеня доктора філософії зі спеціальності 061 Журналістика.

ВИТЯГ

з протоколу №3 міжкафедрального семінару факультету систем і засобів масової комунікації Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара від 04 квітня 2024 року

ГОЛОВА: канд. філол. наук, доц., в.о. декана факультету систем і засобів масової комунікації **Кирилова О. В.** (10.01.08 – журналістика);
СЕКРЕТАР: канд. наук із соц. ком., зав. каф. реклами та зв'язків з громадськістю **Мироненко В. В.** (27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій);
Присутні: д-р філол. наук, проф., проф. каф. медіакомунікацій та комунікаційних технологій **Підмогильна Н. В.** (10.02.02 – російська мова), канд. наук із соц. ком., зав. каф. масової та міжнародної комунікації **Хотюн Л. В.** (27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій), канд. наук із соц. ком., доц., доц. каф. масової та міжнародної комунікації **Бахметьєва А. М.** (27.00.06 – прикладні соціально-комунікаційні технології), канд. філол. наук, доц., доц. каф. масової та міжнародної комунікації **Бучарська І. С.** (10.01.04 – література зарубіжних країн), канд. наук із соц. ком., доц. каф. масової та міжнародної комунікації **Гаркавенко Ю. С.** (27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій), канд. філол. наук, доц., доц. каф. масової та міжнародної комунікації **Гудошник О. В.** (10.01.06 – теорія літератури), канд. політ. наук, доц., зав. каф. медіакомунікацій та комунікаційних технологій **Демченко М. В.** (23.00.02 – політичні інститути та процеси), канд. філол. наук, доц., доц. каф. медіакомунікацій та комунікаційних технологій **Михайлова А. А.** (10.01.01 – українська література), д-р філос., доц. каф. медіакомунікацій та комунікаційних технологій **Колоскова Г. В.** (029 – інформаційна, бібліотечна та архівна справа), канд. філол. наук, доц., доц. каф. реклами та зв'язків з громадськістю **Іванова С. А.** (10.01.04 – література зарубіжних країн), канд. наук із соц. ком., доц. каф. реклами та зв'язків з громадськістю **Гусєв А. В.** (27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій), канд. наук із соц. ком., доц., доц. каф. реклами та зв'язків з громадськістю **Лященко А. В.** (27.00.06 – прикладні соціально-комунікаційні технології), д-р наук із соц. ком., доц., проф. каф. реклами та зв'язків з громадськістю **Яненко Я. В.** (27.00.06 – прикладні соціально-комунікаційні технології), канд. філол. наук, доц., доц. каф. медіакомунікацій та комунікаційних технологій **Іванова Н. І.** (10.01.01 – українська література), д-р філол. наук, проф., проф. каф. масової та міжнародної комунікації **Ткаченко О. Г.** (10.01.01 – українська література), канд. філол. наук, доц., доц. каф. масової та міжнародної комунікації **Темченко Л. В.** (10.01.01 – українська література).

Запрошені: випускник аспірантури **Д. С. Демченко** (здобувач), **Кривошеїн В. В.**, д-р політ. наук, проф., в.о. декана факультету суспільних наук і міжнародних відносин ДНУ

імені Олесь Гончара; **Ходус О. В.**, д-р філос. наук, доц., проф. кафедри політології, соціології та публічного управління ДНУ імені Олесь Гончара;

Порядок денний: розгляд і обговорення дисертаційної роботи **Демченка Дмитра Сергійовича** на тему «**Блогосфера як чинник медіатизації сучасного дискурсу політичних кампаній**», поданої на здобуття ступеня доктора філософії зі спеціальності 061 Журналістика.

Дисертацію виконано на кафедрі реклами та зв'язків з громадськістю факультету систем і засобів масової комунікації Дніпровського університету імені Олесь Гончара. Тема дисертації затверджена (протокол № 4 від 19 листопада 2020 р.) на засіданні вченої ради Дніпровського національного університету імені Олесь Гончара. Уточнену редакцію теми дисертаційної роботи затверджено на засіданні вченої ради факультету систем і засобів масової комунікації Дніпровського національного університету імені Олесь Гончара (протокол № 6 від 23 лютого 2024 р.). Підготовка здобувача третього рівня вищої освіти здійснюється за акредитованою освітньо-науковою програмою «Журналістика» зі спеціальності 061 Журналістика (Сертифікат про акредитацію освітньої програми № 4807, дійсний до 20.06.2024).

Слухали: доповідь **Демченка Дмитра Сергійовича** на тему «**Блогосфера як чинник медіатизації сучасного дискурсу політичних кампаній**», подану на здобуття ступеня доктора філософії зі спеціальності 061 Журналістика.

Усі документи подано в повному обсязі. Перевірку дисертаційної роботи на плагіат здійснено комісією у складі: канд. наук із соц. ком., доцента кафедри реклами та зв'язків з громадськістю **А. В. Гусева**, канд. філол. наук, доцента, доцентки кафедри масової та міжнародної комунікації **О. В. Гудошник**, канд. філол. наук, доцента, доцентки кафедри медіакомунікацій та комунікаційних технологій **А. А. Михайлової**.

Під час перевірки дисертаційної роботи **Демченка Дмитра Сергійовича** «Блогосфера як чинник медіатизації сучасного дискурсу політичних кампаній» на плагіат виявлено 0,5% подібностей. Вважаємо, що дисертаційна робота **Демченка Д. С.** – самостійна праця, яку можна допускати до захисту.

Роботу розглянули два фахові експерти – канд. філол. наук, доц. **С. А. Іванова**, д-р філос. наук, доц. **О. В. Ходус**. Робота виконана на 9,1 авторських аркушах, дисертація структурована, наявні анотація, зміст, вступ, основна частина, висновки та список використаної літератури.

Доповідь Д. С. Демченка

Вітаю шановних членів комісії та учасників семінару. Хочу представити результати дисертаційного дослідження на тему «Блогосфера як чинник медіатизації сучасного дискурсу політичних кампаній».

Сучасні науки соціальних комунікацій активно розробляють тематику трансформації дискурсу політичних кампаній. Дискурс політичних кампаній в сучасних умовах відрізняється багатоаспектністю понять, тематики та різноманітням учасників. Діяльність з формування блогів суспільно-політичної тематики потребує дослідження в контексті ідентифікації інституційної належності блогерів та їх соціокультурного бекграунду.

В умовах повномасштабної агресії РФ проти України визначення пріоритетних особливостей дискурсу політичної діяльності отримує важливу методологічну перспективу медіатизації. Вона охоплює переведення в простір медіа раніше відособлених та приватних аспектів суспільного життя.

Значення блогосфери для трансляції українських патріотичних меседжів потребує аналізу в рамках форми політичних кампаній, оскільки вони забезпечують участь громадян та спільнот в дискурсному полі, а також площиною формування нових суб'єктів

блогосфери. У межах розвитку сучасного волонтерського руху спостерігається підвищення рівня поінформованості громадян, зростання рівня соціально-комунікаційної та політичної активності.

Отже, актуальність дисертаційного дослідження зумовлена як пріоритетами розвитку сучасних наукових досліджень соціальних комунікацій, так і порядком денним суспільно-політичного розвитку сучасної України.

Об'єктом дослідження є інноваційна структура сучасного медійного поля в контексті формування нових суб'єктів суспільного мовлення та масового спілкування. **Предметом дослідження** є особливості сучасної блогосфери як чиннику медіатизації дискурсу політичних кампаній.

Метою дослідження є встановлення особливостей сучасної блогосфери як чиннику медіатизації дискурсу політичних кампаній.

Завдання дослідження:

- розкрити теоретико-методологічні засади міждисциплінарного наукового пошуку в рамках тематики блогосфери та медіатизації;

- виявити ключові дисциплінарні контексти, що розкривають взаємозв'язок блогосфери та процесів медіатизації в сучасних науках соціальних комунікацій в Україні та закордонних державах;

- простежити етапи та «хвилі» медіатизації та запропонувати характеристику сучасної хвилі медіатизації;

- оцінити медіаційний потенціал сучасної блогосфери в контексті персонального та інституційного вимірів сучасних політичних кампаній, а також умови її структурування;

- з'ясувати структуротворчі чинники та параметри сучасного дискурсу політичних кампаній в рамках процесів медіатизації;

- визначити специфіку сучасного блог-активізму на матеріалі патріотичних політичних медіакомпаній в Україні;

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що вперше в традиції українських соціально-комунікаційних досліджень було встановлено специфіку медіатизації політичних кампаній на основі впливу блогосфери на формування дискурсу.

Вперше:

- встановлено значення концепції політичного блогінг-активізму в рамках кризових умов загрози державності

- з'ясовано емпіричні параметри перетворювального потенціалу медіатизації дискурсу політичних кампаній

- виявлено умови, за якими відбувається структурування блогосфери внаслідок медіатизації дискурсу політичних кампаній.

- запропоновано поняття «тотальна медіатизація», як процесу, в рамках якого зазнають впливу медіа та блогосфери і стають залежними від них інші елементи соціальної та культурної активності;

Уточнено

- етапи медіатизації суспільно-політичного порядку денного напередодні, в процесі та в результаті здійснення політичних кампаній.

- концепцію «хвиль» медіатизації, до раніше описаних: механізації; електрифікації; дигіталізації і диджиталізації, додано п'яту хвилю – проксимізації, головними рисами якої є винахід технологій Web 2.0 та соціальні тенденції, такі як порушення різниці між публічним і приватним;

Набули подальшого розвитку

- поняття політичного мережевого дискурсу, який визначається як складова політичного дискурсу і відрізняється мультимодальністю, неофіційністю, швидкістю реагування на суспільні виклики, стихійністю, фрагментарністю та поліцентричністю;

- концепція підвищення ефективності нетворкінгу патріотичної політичної блогосфери, яка полягає в уніфікації патріотичних смислів дискурсу політичних кампаній,

узгоджені та координації блогінгової активності за місцем і часом, концентрація ресурсів та зусиль патріотичної блогінгової спільноти в рамках спонтанних або емергентних медіаполітичних кампаній.

Методологія дослідження. У роботі застосовується комплексна методологія, яка охоплює системний підхід, компаративний аналіз та інституційно-акторну перспективу. Дослідження фокусується на тому, щоб з'ясувати системність інституційної структури блогосфери та медіапроявів блогінгу; порівняти політичні кампанії з погляду особливостей їх дискурсу, а також визначити характерні риси конкретних етапів медіатизації політичних кампаній та їх значення для наповнення дискурсу.

Теоретичне значення роботи полягає у вивченні феномену блогосфери у світлі сучасних теорій та концепцій, що склались у закордонній комунікативістиці, виявлені ключових моментів, навколо яких точиться дискусія та визначено найбільш пріоритетні напрями наукових досліджень. У зв'язку з цим значно розширено науково-теоретичний контекст вивчення політичної комунікації у закордонній науці, в якому аналізується як нинішній стан її досліджень в Україні, так і можливості їх адаптації до вітчизняних реалій.

Практична значущість отриманих результатів визначається доцільністю застосування в українській науці блогосфери як особливого середовища соціальних комунікацій у її усталених, універсальних соціально-політичних складових та можливостей використання її комунікативно-технологічного інструментарію у сфері конкретних суспільно-політичних процесів.

Результати окремих частин дисертаційного дослідження викладено в трьох статтях у фахових журналах з галузі 06 Журналістика категорії «Б», а також частині колективної монографії. Крім того, результати окремих частин дисертаційного дослідження оприлюднено на 4 науково-практичних конференціях.

Згідно з сучасними міждисциплінарними уявленнями, медіатизація політики означає зростання впливу ЗМІ на формування політичних процесів, громадської думки та поведінку політичних акторів. Однією з головних особливостей медіатизації є її здатність формувати та встановлювати порядок денний дискурсу політичних кампаній. Медіаорганізації відіграють центральну роль у формуванні суспільного сприйняття політичних питань, вибираючи, які теми висвітлювати, як їх формулювати та які голоси посилювати. Крім того, медіатизація має тенденцію віддавати пріоритет особистим і драматичним аспектам політики, що призводить до феномену персоналізації та видовищності.

Політичних діячів часто зображують як особистостей, а не представників політичних ідеологій чи партій. Хоча медіатизація покращує доступність і видимість політики, вона також викликає занепокоєння щодо впливу ЗМІ, дезінформації та ерозії суспільної довіри до демократичних процесів. Крім того, медіатизація сприяє фрагментації дискурсу політичних кампаній, що характеризується розповсюдженням нішевих медіа, партійних ехокамер і бульбашок фільтрів. Велика кількість онлайн-джерел новин і блогів думок, що обслуговують певні ідеологічні уподобання, посилює поляризацію.

Щодо методології дослідження, варто виділити, що теорія мереж дає цінну інформацію про структуру та зв'язок політичної блогосфери, теорія визначення порядку денного припускає, що політична блогосфера відіграє вирішальну роль у формуванні громадської думки та впливі на політичний порядок денний, теорія партисипативної демократії наголошує на демократизаційному потенціалі політичної блогосфери, що дозволяє ширше залучати громадян і активізувати громадськість. Водночас теорія спіралі мовчання стверджує, що політична блогосфера може посилити поляризацію та стримувати незгодні голоси через самоцензуру та тиск конформізму.

У межах аналізу блогосфери як чинника медіатизації дискурсу політичних кампаній, Б. Феррейра пропонує концепцію «наміру», яка передбачає розглядати дискурс з погляду інтенцій людини – або її відсутності.

Довгий час не існувало єдиного усталеного визначення терміну «медіатизації», втім, багато дослідників активно вивчали це явище. Один із варіантів визначення запропонував

С. Хаярвард, як «процесу, в рамках якого центральні елементи соціальної та культурної активності, зазнають впливу медіа і стають залежними від них».

С. Хаярвард поділяв медіатизацію на пряму (сильну) та дотичну (слабку), залежно від міри впливу медіа на інші соціальні сфери. Ми ж в цьому контексті використовуємо терміни динамічний та статичний виміри. Динамічна медіатизація здійснюється на вимогу, не обов'язково інституційну, можливо вимогу часу, пасивна – внаслідок наслідування і запозичення.

Блогосфера (від англ. blogosphere) – термін, отриманий злиттям понять «блог» і «сфера», описує сукупність усіх блогів як спільноти або соціальної мережі. Походження слова, яке з'явилося в 1997 році, така: поняття «блог» походить від англійської аббревіатури Web Log.

Н. Коулдрі та А. Хепп виділяли чотири «хвилі» медіатизації, пов'язані з виникненням і поширенням нових технологій: 1) механізації; 2) електрифікації; 3) дигіталізація і 4) датафікації, коли відбувається «глибока медіатизація». Зараз же можна говорити про наступну, п'яту хвилю проксимізації, причиною якої є винахід технологій Web 2.0, коли відбувається «тотальна медіатизація». Її методи не змінилися, проте змінилась кількість її агентів, якими є або усі блогери, або взагалі, усі користувачі соціальних мереж.

На думку Р. Блуд, це пов'язано з тим, що саме блоги є найбільш притаманними для інтернету. Вона стверджує, що «на відміну від майже всього іншого в інтернеті, блоги – це не просто цифровий варіант чогось усталеного. Усе в них – їхній формат, їхня залежність від посилань, їх безпосередність, їхні зв'язки одне з одним – походить від середовища, в якому вони народилися. Вони – сама мережа». Цим зумовлений і їх вплив на медіатизацію, тотальність цієї медіатизації, оскільки блогери заповнюють буквально усі ніші можливого читацького інтересу.

Українська дослідниця А. Недо вважає, що «на зростання популярності електронних щоденників впливають і відмінні риси блогів, а саме: оперативність, приватна думка, емоційність при оцінці події або факту, миттєва реакція, співпереживання, повна відсутність цензури як зовнішньої, так і внутрішньої, діалоговість, відкритість, довірчі відносини між адресантом та адресатом.

Українські дослідниці виділяють наступні відмінні риси блогосфери та її особливості як медійного засобу нового типу: нові жанри (не новини, а історія); нова швидкість (реакція на подію, що відбулась не пізніше, ніж 9 годин тому); новий спосіб отримання інформації; право першої інтерпретації; право альтернативного викладення; нав'язування тем і власного «порядку денного»; дотримання стандартних схем і способів; маніпулювання».

Крім того, блоги можна структурувати за намірами автора: агрегаторами новин, особистими щоденниками, «політичними коробками з під мила».

Подібним чином у своїй функціонально-орієнтованій класифікації К. Валштейн класифікує блоги як: «мільниці», має на меті надати аудиторії записи думок, спостережень, досвіду та думок блогера; «ремені трансмісії», містить посилання на веб-сайти або цитує джерела без коментарів блогера; «мобілізатори» спрямовані на заохочення читачів до політичних дій, наприклад, голосування за певного кандидата чи підтримку певної політичної партії; «ініціатори розмов», які намагаються викликати зворотний зв'язок від читачів.

Водночас якщо розглядати оригінальну характеристику блогів, можна побачити парадокс. Блогам притаманна емоційність та приватна думка. А блоги інституційні такої властивості не мають, бо представляють певну організацію, колектив з усталеними нормами.

Диджитальна медіатизація справляє набагато потужніший вплив і суттєво змінює політичний дискурс. Як зазначає К. Федорова, «концептуальний поворот, що стався в кінці ХХ століття, привів до зростання ролі образності в повсякденному житті сучасної людини, що характеризується увагою до візуальної комунікації».

Для того, щоб зрозуміти особливості комунікації в блогосфері після «іконічного повороту» було запропоновано терміни мультимодальність та мультимодальний текст.

Мультимодальністю називають здатність людини сполучати та суміщати в процесі пізнання та комунікації відразу декілька способів засвоєння світу й спілкування – вербальний, візуальний, кінетичний, або жестовий тощо. Власне, цим і характеризується мережевий політичний дискурс: використанням мультимодальних інструментів (інтернет-мемів), прецедентних виразів та текстів. Ним не «володіють» ні політики, ні журналісти, але який оперативніше і точніше реагує на настрої суспільства. Він також є динамічним, стихійним та інтерактивним.

Загалом, завдяки появі блогосфери змінилися класичні ролі відправника/одержувача, автора/аудиторії, природа авторства, відгуків. Кожен одержувач інформації, починає відчувати себе її виробником, відповідно змінюється як його ставлення і він починає на індивідуальному рівні використовувати медіалогіку при висвітленні подій свого життя, оцінювати світ в контексті цінностей медіа. Цим зумовлений вплив блогосфери на медіатизацію, тотальність цієї медіатизації, оскільки блогери заповнюють буквально усі ніші можливого читацького інтересу. Цим і зумовлено їх більш потужний у порівнянні з іншими медіа медіатизаційний потенціал.

Оскільки всі ми стали виробниками контенту, у всіх нас є аудиторія, «наші підписники» або ж «читачі», і розуміючи завдання їх збереження, задоволення їх інтересів та примноження їх числа, ми структуруємо своє соціальне життя в контексті медіалогіки і її фреймів.

В рамках дослідження були проаналізовані політичний нетворкінг медійного волонтерського руху, а також патріотичний блогінг-активізм. Волонтери-блогери розглядалися через контекст політичного нетворкінгу, що є важливою складовою частиною медіатизаційних процесів. Нетворкінг — обмін інформацією та ідеями між людьми зі спільною професією або особливими інтересами, зазвичай у неформальному соціальному середовищі. Нетворкінг медійного волонтерського руху є практичною моделлю втілення соціального капіталу у даній сфері. Тому що волонтерство як процес самоорганізації суспільства має своїм ресурсом не примус чи жорстку нормативну складову, а саме довіру, комунікацію і поінформованість учасників цього процесу.

Наймасштабніші волонтерські проекти, які допомогли забезпечити цьому руху дуже високий статус та репутацію в контексті саме політичного нетворкінгу відбулися за допомогою медіатизації волонтерського руху, а саме просування як конкретних проектів, так і самої ідеології волонтерства завдяки системі медіа і залученням до цього процесу «хедлайнерів» медійного блогерства-волонтерства. І саме медіатизація у вигляді «інтернетизації» з акцентом на соціальні мережі обумовлює нові принципи та алгоритми взаємодії громадської сфери, і волонтерського руху. Зокрема, важливу роль відіграють «хедлайнери» цього руху Сергій Притула та фонд «Повернись живим» (В. Дайнега, Т. Чмут), що, зокрема, завдяки медіатизації волонтерського руху, використовуючи блоги як інструмент, зібрали сотні мільйонів гривень на допомогу армії.

Завдяки збільшенню довіри до волонтерського руху, конкретні блогери починають формувати особистий політичний рейтинг. Так, за даними КМІС рейтинг довіри С. Притули у грудні 2023 дорівнював 69% (при 25% негативу), що нижче ніж рейтинг довіри до волонтерського руху, але є дуже потужним показником, враховуючи, що проста проєкція бренду «волонтер» на політичну фігуру мала б дорівнювати близько половини від рейтингу бренду, що означає, що представники медійного волонтерського руху є перспективними для залучення до політичних проектів з урахуванням

У рамках дослідження також розглядається категорія блогерів-активістів. Феномен «активізму» розглядається як форма впливу громадянського суспільства на державну владу в сучасній Україні. А блогінг-активізм як втілення цієї форми впливу на державу і суспільство у сучасному комунікаційному середовищі, яке залучає та об'єднує десятки мільйонів споживачів інформаційного контенту.

За даними опитування Громадської мережі «ОПОРА» та «Київського міжнародного інституту соціології», у 2022 році найбільш популярні серед українців були платформи «Telegram» та «YouTube». Якщо аналізувати сумарний час споживання новин у соцмережах, то «41% припадає на Telegram, 37% – на YouTube, а на Facebook – лише 12% (6% припадає на Viber, а на всі інші мережі, разом узяті – 3%)».

Відповідно, ключовими ресурсами для патріотичного блогінг-активізму стали саме ці платформи. Інші платформи такі як, наприклад, «Facebook» чи молодіжно-ігровий відеотранслятор «Twitch» відіграють певну фонову роль, бо за форматом, умовами розміщення контенту, функційними можливостями, віковою специфікою аудиторії, менш прилаштовані до актуального зараз формату блогінгу.

Рейтинг українських блогерів (і провідних тем) на різних платформах до повномасштабного вторгнення РФ в Україну суттєво відрізняється від того, що існує в період з 2022–2024 років на користь блогерів-активістів та блогерів-експертів. Так навесні 2021 року згідно з рейтингом журналу «Фокус» з 50 найпопулярніших блогерів було тільки 15 зі спрямуванням «Політика», а інші – «Розваги», «Стиль життя», «Психологія і стосунки», «Медицина».

З початку повномасштабного вторгнення РФ в Україну сегмент блогосфери змінився, як за складом, так і за спрямованістю. Варто зазначити, що хоча більшість найпопулярніших блогерів на YouTube не є першочергово активістами, тематична зміна їхньої діяльності дозволяє їх віднести саме в цю категорію.

У 2022 на перше місце серед відеоблогерів-активістів на платформі «YouTube» вийшов Дмитро Гордон, який вже мав велику базу шанувальників як інтерв'юєр медійних персон. З 2014 року він почав робити акцент на соціально-політичній сфері, що наблизило його до статусу «активіст», а блогером він став вимушено, тому що саме на інтернет-платформи перейшла більшість глядачів та читачів традиційних ЗМІ. Другий серед блогерів у 2022 році – Олексій Арестович, третій – Сергій Стерненко, далі – канал «Ходять чутки» Раміни Есхакзай, Олексій Дурнев, Володимир Золкін, Роман Цимбалюк, Іван Яковина та Олег Жданов. Завершував у 2022 році десятку найпопулярніших «YouTube-блогерів» народний депутат Олексій Гончаренко.

У 2023 році в рейтингу найпопулярніших відео-блогерів залишились ті ж самі учасники в трохи іншій послідовності. Втім, на перше місце вийшов новий учасник рейтингу. Це – колишній тревел-блогер (програми «Світ навиворіт») Дмитро Комаров. Стати лідером йому дозволив випуск незвичного для нього контенту – циклу документальних стрічок про повномасштабну війну – «Рік» та «Рік. Харківщина».

Виключно актуальним майданчиком для блогер-активізму став одночасно месенджер і соціальна мережа «Telegram». Від початку повномасштабної війни час користування «Telegram» в Україні збільшився у 8 разів. З 3–6 хвилин на день, до 40 хвилин на день у квітні 2022 (за даними консалтингової компанії Kantar Ukraine). Особливість блогінг-активізму у «Telegram» є в тому, що це може бути авторський блок як за формою (офіційний особистий бренд), так і за змістом, а може бути не особистісним брендом, але відповідати характеристикам блогу. Тому на цій платформі маємо підстави розглядати не тільки блогінг-активізм від конкретної особи, а й під певним безособистісним брендом.

Варто також зазначити, що 76% найпопулярніших «Tg-каналів» є анонімними. А отже українські користувачі цієї мережі надають перевагу неперевіреному та анонімним каналам, які на свій розсуд та без ризику втратити підписників можуть надавати перевірену інформацію, або неперевірену, але актуальний контент, або псевдоновинний, фейковий, але вірусний контент (часто спродукований та сфабрикований для реалізації ворожого ПІСО).

Патріотичний блогінг-активізм налічує велику кількість персональних блогів з кількістю підписників від 8 тисяч до мільйона. Серед них:

1. Безумовні лідери (вище 400 тисяч підписників). Володимир Зеленський, Віталій Кім, Антон Геращенко, Сергій Стерненко, Олексій Арестович.

2. З надвисокою популярністю (понад 200 тисяч підписників). Валерій Залужний, Андрій Цаплієнко, Юрій Бутусов, Мадяр, Дмитро Гордон, Євген Карась, Олексій Гончаренко, Віталій Кличко.

3. З високою популярністю (вище 100 тисяч підписників). Андрій Єрмак, Анатолій Штефан, Віталій Коваль, Борислав Береза, Андрій Смолій, Олег Синегубов, Сергій Притула, Сергій Братчук, Тарас Березовець, Михайло Федоров.

4. Популярні блогери (вище 50 тисяч підписників). Андрій Садовий, Борис Філатов, Михайло Подоляк, Олександр Коваленко, Ігор Терехов, Олександр Сенкевич, Дмитро Чекалін, Сергій Лисак, Андрій Білецький, Андрій Райкович, Роман Бочкала, Петро Порошенко, Роман Шрайк, Костянтин Немічев. Віталій Портніков.

5. Блогери-активісти. Соня Кошкіна, Дмитро Живицький, В'ячеслав Чаус, Валерій Ключок, Олександр Вілкул, Михайло Шйетельман, Тарас Чорновіл, Кирило Сазонов, Олена Зеленська, Юрій Гудименко та інші.

Прикладом ефективного поєднання патріотичного блогінг-активізму та волонтерства є кейс Михайла Лебіги, що створив віртуальний образ політика, мем – «Лебігович», який провів віртуальну політичну кампанію з висунення «Лебіговича» у Президенти України і у вигляді «донатів» передав до фонду «Повернись живим» на потреби ЗСУ на суму більше 20 мільйонів гривень.

Отже, ми можемо констатувати динамічне зростання аудиторії патріотичного блогінг-активізму в українському сегменті всіх онлайн платформ. Цьому сприяли наявність: ідеології (захист держави, допомога армії); чіткої мети (перемога над агресором); потенціалу самоорганізації різних аудиторій; мозаїчної структури українського блогінг-активізму щодо формату та контенту сегментування – функціонування патріотичних блогерів актуальних для різних сегментів української аудиторії, які, відповідно, додержуються локалізації контенту стосовно власної аудиторії (актуальні теми, формат, лексика тощо).

Прикладом такої мозаїчності є одночасне функціонування таких форматів, як: а) «особисте ньюзмейкерство» (контент блогу сам по собі є інформаційним приводом), коли блогер є людиною, яка має вплив на прийняття ключових управлінських та політичних рішень (Президент, Прем'єр-міністр, народний депутат, голова Офісу Президента, керівник військового підрозділу, силової служби та ін.); б) інформаційне забезпечення; в) експертна думка з актуальних питань; г) інтерв'ювання лідерів думок та експертів; д) фіксація подій онлайн, стрімінг (особливо подій на фронті); е) ексклюзивний (інсайдерський контент); ж) волонтерство та самоорганізація; з) залучення до участі у громадських подіях на підставі розважального контенту.

На підставі аналізу емпіричного матеріалу блогосфери було встановлено, що ключовими структуротворчими елементами сучасного дискурсу політичних кампаній стали функціональні виміри діяльності акторів блогосфери. Зокрема, важливого значення набувають концептогенераційні актори блогосфери, що формулюють базові та ціннісні настанови політичної кампанії, які надалі поширюються в аудиторіях. Важливого значення також набувають блогінг-актори підтримки цікавості або утримання аудиторії, що продукують блоги, які підтримують вже згенеровані концепти, а також здійснюють їх поширення. Велике системотворче значення для дискурсу політичних кампаній мають нормотворчі блогінг-актори. Вони формують стиль подання інформації, а також визначають соціодемографічну спрямованість інформації до аудиторій.

Водночас профайлінг політичної блог-активності має перспективу для використання для оцінки залучення громадськості до актуальних завдань захисту держави. Як відомо, на сучасному етапі політичні блогери виступають ініціаторами дискусій та акцій, спрямованих на підтримку армії, захист прав людини та забезпечення безпеки населення. Профайлінг політичних кампаній вказує, що громадські блогери стали «надійним джерелом» інформації під час війни та кризи. Оскільки офіційні засоби масової інформації можуть бути обмежені у своїх повідомленнях або відображати лише офіційну точку зору, блогери можуть

привернути увагу до проблем і подій, які в іншому випадку могли б залишитися непоміченими. Таким чином профайлінг політичної кампанії в сучасній Україні виявляється комплексною діяльністю з ідентифікації комунікаційного впливу блогінг-діяльності. Враховуючи, що блогосфера у медіапросторі розвивається поряд із традиційними способами поширення та споживання інформації, актуальним є постійне удосконалення діагностичного апарату профайлінгової діяльності.

Отже, враховуючи об'єкт, що визначений як інноваційна структура сучасного медійного поля в контексті формування нових суб'єктів суспільного мовлення та масового спілкування, предмет та мету дослідження, результати дозволяють встановити особливості блогосфери як чиннику медіатизації дискурсу політичних кампаній.

Міждисциплінарний дискурс медіатизації політичних кампаній формується навколо концептів соціальної активності, самовиразу смислів, формування концептуального простору.

Соціально-комунікаційні дослідження сучасної інтернет-блогосфери надають широкий матеріал для вивчення медіатизації дискурсу політичних кампаній. Соціально-комунікаційні наукові праці дають змогу стверджувати, що блогосфера виступає потужною з'єднувальною ланкою між соціально-політичними інститутами, розширює можливості політичної участі, формує вектор демократизації політичного спілкування між громадянами та групами.

П'ята хвиля медіатизації обумовлена винаходом технологій Web 2.0 та соціальними тенденціями, зокрема, зникнення кордонів між публічним та приватним життям. Особливістю цієї хвилі є початок «тотальної медіатизації». Її методи не змінились, проте змінилась кількість її агентів, якими є або усі блогери, або взагалі, усі користувачі соціальних мереж. А відрізняється вона тим, що впливу зазнають не тільки центральні елементи соціальної та культурної активності, але й усі периферійні.

Соціально-комунікаційні дослідження сучасної інтернет-блогосфери надають широкий матеріал для вивчення медіатизації дискурсу політичних кампаній. Вони є вихідним пунктом для пояснення трансформацій дискурсивних проявів, їх тематичної ідентифікації та оцінки суспільної значущості. Водночас науки соціальних комунікацій пропонують автентичне значення блогосфери, яке полягає у функціональному забезпеченні комунікаційних обмінів з метою повного відображення у всіх суспільно значущих смислів як на індивідуальному, так і на колективному (спільнотному) рівні.

На підставі аналізу емпіричного матеріалу блогосфери було встановлено, що ключовими структуротворчими елементами сучасного дискурсу політичних кампаній стали функціональні виміри діяльності акторів блогосфері. Актор блогосфери або продуцент блогінг-контенту головним чином набуває функціональної ролі з точки зору результативності та розвитку політичних кампаній. Зокрема, важливого значення набувають концептогенераційні актори блогосфери, що формулюють базові та ціннісні настанови політичної кампанії, які надалі поширюється в аудиторіях.

Специфіка громадянської блогінг-активності в умовах сучасної України дає значний матеріал для встановлення її динаміки та напрямків розвитку. В умовах зовнішньої агресії значно актуалізувалася функціональність політичного активізму. На початкових фазах російсько-української війни громадянська блогінг-активність стала основою для протидії російській пропаганді та інформаційно-психологічним операціям.

Медіатизація дискурсу політичної кампанії є процесом, який включає суспільство в орбіту смислів політичної кампанії в режимі онлайн тобто в дуже короткі терміни. Відповідно профайлінг мереж політичної кампанії є не лише засобом психодіагностики блогінг-акторів. Він передбачає попередній аналіз настанов ключових сегментів аудиторії, їх ціннісного світосприйняття, ідейні та доктринальні переконання тощо. Відповідно налаштування політичних кампаній онлайн, а також політико-організаційні дії офлайн мають враховувати перспективу профілю аудиторії.

ЗАПИТАННЯ ТА ВІДПОВІДІ:

Д-р наук із соц. ком., доц. Я. В. Яненко: Прохання уточнити, якою саме була емпірична база вашої дисертації, скільки блогів, повідомлень блогерів було проаналізовано?

Д. С. Демченко: Базою дослідження була структура і власне блогосфера як цілісне середовище, яке налічує в собі конкретні блоги, конкретний перелік блогів. Я користувався відкритими джерелами, що структурують та викладають перелік блогів, в телеграмі, зокрема. Було проаналізовано більше 300 блогів і в своєму дослідженні я окреслюю структуру за кількістю підписників, що є важливою, тому що це створює ієрархічну структуру і є характеристикою впливу на медіасферу. Це дозволяє мені оцінити блогосферу саме як структурне явище, щоб більш детально, на мій погляд, більш систематично оцінити блогосферу і її медіатизаційний вплив на дискурс політичних кампаній.

Канд. наук із соц. ком. В. В. Мироненко: Як такий бурхливий розвиток блогосфери впливає на роль традиційних ЗМІ саме в політичних кампаніях? Які стратегії і як використовують політичні партії блогосферу для мобілізації виборців, для залучення або партисипації молоді?

Д. С. Демченко: Мені здається, однією з головних рис блогосфери з точки зору впливу на медіатизацію дискурсу і на аудиторію є емоційність, певна заангажованість, тому що це блоги, і сенсаційність. Мені здається, саме це приваблює аудиторію до блогосфери і допомагає створити цей близький, чіткий дискурс. Я згадую про хвилі медіатизації і пропоную хвилю проксимізації, термін проксимізації, як механізм блогосфери чи, точніше, характеристики блогосфери, яка характеризується тим, що завдяки цим рисам, які я сказав раніше, аудиторія більше довіряє блогам, тому що відчуває близькість, незалежно від того, як географічно знаходиться, відчуває близькість саме емоційну, смислову, концептну і так далі. І мені здається, що традиційні ЗМІ почали переймати цей підхід сенсаційності та емоційності, та, певною мірою, заангажованості дещо навмисно для того, щоб конкурувати з блогосферою, тому що, на мій погляд, блогосфера складає достатньо серйозну конкуренцію традиційним ЗМІ в контексті, якщо ми говоримо про власну боротьбу за увагу аудиторії. До прикладу, телемарафон «Єдині новини» і якщо аналізувати той же ютуб, навіть якщо не доходити до контент-аналізу, а зупинитися на аналізі обкладинок, то ця сенсаційність і певної мірою заангажованість буде видна одразу. І, мені здається, це все такий основний вплив на традиційні ЗМІ.

Щодо другого питання: одна з характеристик блогосфери – це мобілізаційність, тобто блогосфера, і завдяки тим рисам, які я згадав раніше, може мобілізувати людей, може їх активізувати, може їх залучати до певної діяльності, навіть поза межами дискурсу. І так, дійсно, мені здається, що тут теж актуально говорити про механізм проксимізації. Я пам'ятаю, як одним з гасел виборів 2019 р. було «Весна прийде, будемо саджати», мені здається це гарний приклад проксимізації в плані того, що політичні кампанії намагаються керуватися, оперувати тими сенсами і тим же «тон оф войс» що і їх аудиторія. І таким чином, мені здається, мобілізують їх і особливо мобілізують молодь.

Д-р філол. наук, проф. Н. В. Підмогильна: Скажіть, будь ласка, під час здійсненого вами дослідження, як ви використали компаративний метод?

Д. С. Демченко: Завдяки компаративному методу, я, як мені здається, зміг використати чинники, які структурують блогосферу, і категорії блогерів за їх концептною спрямованістю, можна так сказати. Тобто є концептогенератори, є ті, хто підтримують ці концепти і розповсюджують, а є ті, хто нормотворчі. Саме через компаративний аналіз відбувався процес диференціації одного типу блогерів від іншого.

Д-р політ. наук, проф. В. В. Кривошеїн: У мене запитання, яке стосується термінологічної системи вашої дисертації. Ваша робота стосується в тому числі і політичних кампаній, тому хотілося б дізнатися, який зміст ви вкладається в цей термін, бо у вас використовується і поняття політичні кампанії, і навіть поняття медіаполітичні кампанії? І як ви визначаєте виборчу кампанію?

Д. С. Демченко: У це поняття я вкладаю дії або сукупність дій, які направлені на ту чи іншу політичну активність, спрямовану на отримання результату. Я не фокусувався на теоретичній характеристиці політичних кампаній, тому що вважаю, що акцент все ж таки варто зробити на теоретичному розкритті поняття медіатизації, частково дискурсу. На цьому я акцентую увагу і фокусуєся в своїй роботі.

Канд. філол. наук, доц. Н. І. Іванова: Хочу продовжити тему термінологічного визначення дисертаційного дослідження. Отже, у мене питання, пов'язане з тим, як ви визначаєте об'єкт дослідження «інноваційна структура сучасного медійного поля». Я б хотіла, щоб ви пояснили, що таке медійне поле, яка його структура, яке місце в ньому посідає блогосфера. Тобто це дуже важливі питання. Ми розуміємо, що в науковій спільноті є різні підходи до цих феноменів, до цих явищ. Отже, як ви використовуєте їх у вашій роботі? Дайте, будь ласка, такі робочі визначення і проясніть нам в цілому структуру і блогосферу, як частину сучасного медійного поля.

Д. С. Демченко: Дякую за це питання, насправду, блогосфера є невід'ємною частиною інформаційного середовища, медіаполя, а блогосферу я називаю сукупність блогів. Термін походить від блог та сфера, а власне блогами певні дослідники називають онлайн-щоденниками, які мають свої жанри, свої характеристики. Що стосується медіаполя, в своїй роботі я не фокусувався на дослідженні цього поняття, а акцентував увагу на розкритті термінології медіатизації, блогосфери. Тому, частково можу відповісти, що згаданий мною Бодріяр все ж писав про створення медіаполя, але ці дослідження були актуальні для журналістського поля, а не медіаполя такого характеру, про що я пишу.

Д-р філос. наук, доц. О. В. Ходус: Яким шляхом, через які дослідні процедури ви виводите емпіричні параметри перетворювального потенціалу медіатизації дискурсу політичних кампаній? Що ви вкладаєте в це поняття?

Д. С. Демченко: в роботі серед емпіричних параметрів є інклюзивність блогосфери, яка може включати в себе як традиційних мовників, так і нових мовників; регулярність та регулярність виступів. А також для мене особливо цікаво стало параметр ситуативної конвергентності, тобто ситуативних об'єднань навколо певного тренду, певної дискусії, певних суджень і так далі. Я їх називаю емпіричними, тому що я їх отримав завдяки дослідженню структури блогосфери. І мені здається, що дослідження блогосфери як єдиного цілісного явища, єдиного цілісного складника інформаційного середовища дозволяє заявляти про те, що є певні параметри трансформації блогосфери, які визначають і медіаційний потенціал, і саме тому я називаю їх емпіричними.

ВИСТУП НАУКОВОГО КЕРІВНИКА:

А. В. Лященко, канд. наук із соц. ком., доц.

1. Оцінка роботи здобувача у процесі підготовки дисертації. Дмитро Демченко у 2019 р. закінчив Київський національний університет імені Тараса Шевченка, отримавши ступінь вищої освіти: магістр зі спеціальності журналістика. У 2020 році вступив на третій рівень вищої освіти спеціальності 061 Журналістика, освітня програма «Журналістика» Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара. За період навчання він повністю виконав індивідуальний навчальний план та план наукової роботи. Всі заплановані види робіт виконувались у встановлений термін, співпрацюючи з випусковою кафедрою та науковим керівником.

У ході виконання дисертаційного дослідження Д. Демченко провів наукову роботу щодо вивчення сучасного стану проблематики, заявленої у дисертації. Дисертант безпосередньо брав участь у постановці завдань, плануванні та виконанні дослідницької частини роботи, обговорення результатів. Д. Демченко виявив себе наполегливим дослідником, відповідальною та дисциплінованою людиною.

2. Актуальність проблеми дослідження. Дисертаційна робота Дмитра Демченка "Блогосфера як чинник медіатизації сучасного дискурсу політичних кампаній" представлена для отримання наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 061 Журналістика, галузі знань 06 Журналістика, є актуальною, з огляду на системні зміни у сприйнятті та взаємодії всіх верст населення розвинутих демократичних країн. В умовах інформаційно-комунікаційної революції процеси поширення інформації засобами інтернет виступають системотворними чинниками для формування таких базових понять сучасного суспільства як громадська думка, трансляція вимог та потреб, діалог публічної влади та громадянського суспільства.

Дискурс політичних кампаній в сучасних умовах відрізняється багатоаспектністю понять, тематики та різноманіттям учасників. Блогосфера дає змогу подолати бар'єр дистанційності, а також сформувати новий інтегрований простір суспільних смислів в режимі реального часу. Діяльність з формування блогів суспільно-політичної тематики потребує дослідження в контексті ідентифікації інституційної належності блогерів, їх соціокультурного бекграунду, прогнозування значення виступів для сталого розвитку суспільства.

2. Мета і задачі дослідження. Мета дослідження полягає у встановленні особливостей сучасної блогосфери як чиннику медіатизації дискурсу політичних кампаній.

Перед дисертантом висувалася низка наступних завдань:

- розкрити теоретико-методологічні засади міждисциплінарного наукового пошуку в рамках тематики блогосфери та медіатизації;
- виявити ключові дисциплінарні контексти, що розкривають взаємозв'язок блогосфери та процесів медіатизації в сучасних науках соціальних комунікацій в Україні та закордонних державах;
- простежити етапи та «хвилі» медіатизації та запропонувати характеристику сучасної хвилі медіатизації;
- оцінити медіаційний потенціал сучасної блогосфери в контексті персонального та інституційного вимірів сучасних політичних кампаній, а також умови її структурування;
- з'ясувати структуротворчі чинники та параметри сучасного дискурсу політичних кампаній в рамках процесів медіатизації;
- визначити специфіку сучасного блог-активізму на матеріалі патріотичних політичних медіакомпаній в Україні;
- типологізувати профайлінг медіаполітичних кампаній в сучасній Україні на основі інтерпретації наслідків медіатизації.

3. Теоретико-практична значущість роботи. Теоретичне значення полягає роботи у вивченні феномену блогосфери у світлі сучасних теорій та концепцій, що склались у закордонній комунікативістиці, виявлені ключових моментів, навколо яких точиться дискусія та визначено найбільш пріоритетні напрями наукових досліджень.

У зв'язку з цим значно розширено науково-теоретичний контекст вивчення політичної комунікації у закордонній науці, в якому аналізується як нинішній стан її досліджень в Україні, так і можливості їх адаптації до вітчизняних реалій.

Практична значущість отриманих результатів визначається доцільністю застосування в українській науці блогосфери як особливого середовища соціальних комунікацій у її усталених, універсальних соціально-політичних складових та можливостей використання її комунікативно-технологічного інструментарію у сфері конкретних суспільно-політичних процесів.

4. Апробація результатів дослідження. Результати окремих частин дисертаційного дослідження оприлюднено на 4 науково-практичних конференціях: Міжнародна конференція студентів та молодих вчених «Комунікація епохи диджиталізації: духовне і матеріальне» (м. Тернопіль, 4 квітня 2023 року), Міжнародна міждисциплінарна науково-практична конференція «Відкрита наука України: візійний дискурс в умовах воєнного стану» (м. Ужгород 26-28 квітня 2023 року), Всеукраїнська науково-практична конференція «Сучасний масмедійний простір: реалії та перспективи розвитку» (м. Тернопіль, 11 квітня 2023 року), Підсумкова наукова конференція Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, 21 березня 2023 року.

5. Готовність роботи. Дисертаційна робота Дмитра Демченка, станом на 04.03.2024 р., виконана на 100 % та може бути представлена на міжкафедральному науковому семінарі факультету систем і засобів масової комунікації Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара для отримання висновку про наукову новизну, теоретичне та практичне значення результатів.

ВИСНОВКИ ФАХІВЦІВ-ЕКСПЕРТІВ

Канд. філол. наук, доц., доц. кафедри реклами та зв'язків з громадськістю С.А. Іванова

Наукова новизна. Дослідження Дмитра Демченка вносить новизну в українську соціокомунікаційну науку, аналізуючи вплив блогосфери на медіатизацію політичних кампаній. Основні здобутки роботи включають: визначення ролі політичного блогінгу в кризових умовах, дослідження перетворювального потенціалу медіатизації, виявлення умов структурування блогосфери, запровадження концепції "тотальної медіатизації", уточнення етапів медіатизації політичних кампаній та розкриття сутності п'ятої хвили медіатизації - проксимізації. Результати розширюють теоретичний контекст і пропонують прикладне значення для аналізу та використання політичної комунікації в українському контексті.

Автор націлив дослідження на аналіз теоретико-методологічних засад міждисциплінарного вивчення блогосфери та медіатизації та досліджує взаємозв'язок між ними в сучасних соціальних комунікаціях, оцінюючи вплив блогосфери на політичні кампанії, а також вивчає структуроутворювальні фактори політичного дискурсу й окреслює характеристики блогінг-активізму в контексті патріотичних медіакампаній в Україні.

Методи, методика та технології. В роботі застосовується комплексна методологія, яка охоплює системний підхід, компаративний аналіз, інституційно-акторну перспективу. Звідси дослідні зусилля сфокусовані на з'ясуванні системності інституційної структури блогосфери та системності медіапроявів блогінгу, порівнянні дискурсивно-сміслових значень політичних кампаній, визначенні функціонала конкретних етапів медіатизації політичних кампаній та їх значення для наповнення дискурсу.

Теоретичне та практичне значення результатів. Найвдалішою частиною роботи можна вважати перший розділ роботи "Теоретико-методологічні засади дослідження медіатизації дискурсу політичних кампаній в умовах розвитку інтернет-комунікацій", у якому розглядаються теми медіатизації та її впливу на сучасне суспільство, політику та соціальні комунікації. Досить повно розглянуто питання, пов'язані з особливостями структури дискурсу в соціальних і гуманітарних науках, акцентується важливість розуміння комунікації в технологічну епоху. Також розглянуто медіатизацію як динамічний процес, що змінює суспільні потреби та способи їх вираження. Вказується роль впливу ЗМІ на політичні процеси, формування громадської думки та поведінку політичних гравців, що призводить до змішування політики та медіа. Також досліджується роль медіа у формуванні політичного порядку денного та суспільного сприйняття, і як результат розглядається посилення ідеологічної фрагментації. Розглянуто аспекти трансформації соціальної системи під впливом медіатизації, що призводить до спрощення складних питань і зосередження на персоналізації

політиків. Автор вивчає і проблеми, пов'язані з комерціалізацією новинного контенту, включно з поширенням дезінформації та посиленням політичної поляризації.

Текст розділу I підкреслює складність і багаторівневість взаємодії між медіатизацією, політикою та соціальними процесами, а також виявляє як позитивні, так і негативні аспекти цих змін, зокрема можливості поширення дезінформації. Автор аналізує розширення числа операторів блогосфери та їхню роль у системній медіатизації дискурсу, а також наголошує на необхідності використання комплексної методології для ідентифікації гравців блогосфери, їхньої політичної залученості та взаємодії з дискурсом політичних кампаній. Дослідження презентує факти взаємозв'язку між офлайн політичною участю, соціальною активністю та блогінгом у контексті медіатизації та політичних кампаній. Аналізується явище ехокамер і виробництво медійного контенту, зосереджене на певних проблемах. Виокремлюється парадокс між симуляційною сутністю медійної реальності та довірою до інформації від "довіренних" блогерів, підкреслюється роль нетворкінгу у формуванні доцільності сприйняття інформації на основі комунікаційних потреб споживачів політичної інформації.

Другий розділ "Інтернет-блогосфера як соціально-політичний інститут: ознаки та пріоритети медіатизації" досліджує феномен медіатизації. Так, медіатизацію розглядають як процес, що справляє істотний вплив на соціальні практики та культурну активність через медіа, починаючи з 80-х років ХХ століття. У роботі вказується, що тривалий час термін використовувався без чіткого визначення, доти, доки дослідження не почали заглиблюватися в його зміст і наслідки. Принципові зміни в соціальному ландшафті, що почалися з "глибокої медіатизації", пов'язані з поширенням інтернету та цифрових технологій. Цей процес породив нові механізми впливу і форми комунікації, вніс зміни в групові соціальні практики і взаємини. Медіатизація призвела до адаптації різних соціальних сфер до медіа логіки, перетворюючи медіа не просто на транслятори інформації, а й на конструкторів соціального та культурного світу. Важливим аспектом медіатизації є її здатність до розтягування меж комунікації, долаючи обмеження часу та простору і вносячи значні зміни в суспільне життя. Розглянуто концепції зміни соціальних взаємодій та систем через медіатизацію, що виявляється у заміщенні традиційних форм активності їхніми медійними аналогами, злитті онлайн та офлайн сфер дій, а також адаптації суспільства та індивідів до зростаючої ролі медіа. Цифрова революція прискорила ці процеси, спричинивши появу нових форм медіаконтенту та платформ для спілкування, зокрема блогів, що стали значущою частиною онлайн-культури. Блогосфера, що являє собою глобальну спільноту блогів, сприяє формуванню динамічного інформаційного середовища, полегшує створення нових соціальних мереж і надає можливості для широкого мережевого спілкування. У зв'язку з такими висновками автора, хотілося б запропонувати прибрати з тексту поняття "інтернет-блогосфери" і замінити його на "блогосферу", адже блогінг породжується інтернетом і без нього не існує. Автор досить ретельно досліджує еволюцію блогів як платформи онлайн-комунікації, починаючи з середини 1990-х років. Блоги він трактує як часто оновлювані вебсайти, що являють собою електронні щоденники з регулярною публікацією контенту в зворотному хронологічному порядку, які мають характеристики, такі як авторський характер, асинхронність спілкування, гіперпосилання і структурованість за категоріями і темами. Блоги вирізняються унікальним поєднанням інтерактивності та контенту, створеного користувачами, що робить їх відмінним від інших онлайн-жанрів. Автор аналізує вплив медіатизації на політичний дискурс, починаючи від появи класичних медіа і закінчуючи сучасною цифровою ерою. Так, автор розрізняє два основні типи політичного дискурсу: інституціональний, пов'язаний з офіційним спілкуванням політиків, і медійний, що стосується діяльності ЗМІ. З розвитком телебачення у 80-х роках і подальшою цифровою медіатизацією, політичний дискурс зазнав значних змін, ставши більш медіатизованим і різноманітним у своїх проявах. Поява блогосфери змінила ролі відправника/одержувача інформації, зробивши кожного одержувача її виробником і активним учасником медіа-процесів. Автор наочно демонструє наявність п'ятої хвилі медіатизації, зумовленої розвитком технологій Web 2.0 та соціальних тенденцій, що, власне, призводить до "тотальної медіатизації". У блогосфері формується інституціональний дискурс, а в

політичному дискурсі відбуваються трансформації під впливом діджитальної медіатизації, включно з появою політичного мережевого дискурсу з його мультимодальністю та фрагментованістю.

Третій розділ роботи "Специфіка медіатизації політичного дискурсу в сучасній Україні в умовах протистояння російській агресії", з одного боку, наводить доволі великий обсяг статистичних даних, а з другого боку, *не зовсім відповідає вимогам практичного аналізу за заявленою темою дисертації*. Це радше досить глибокий аналіз суспільних настроїв патріотично налаштованого населення країни, аналіз *патріотичного дискурсу* країни. У роботі аналізуються різні соціальні мережі та їхні можливості з точки зору обміну політичною інформацією. Величезну увагу приділяють феномену волонтерського нетворкінгу. По суті, цей розділ якраз і розглядає конфігурацію та функції політичного нетворкінгу в медійному волонтерському русі в сучасній Україні. Основні напрями функціонування якого включають мобілізацію, артикуляцію запитів допомоги, збір ресурсів, логістику та інші аспекти. З роботи стає відомо, що метою цього руху є не лише надання допомоги, а й формування або покращення репутації учасників політичних процесів у країні. Успішність такого нетворкінгу залежить від статусу та медійності волонтерів, їхнього соціального капіталу та довіри суспільства, а також можливості із залучення ресурсів та впливу на електорат. Також у пункті 3.2 автор розглядає блоггінг-активізм та його роль в українському суспільстві, особливо після подій Революції Гідності та протидії російській агресії. Блоггінг-активізм сприймається як форма впливу громадянського суспільства на державу, а також як його втілення в сучасному комунікаційному середовищі. Активістська спільнота, що сформувалася, стала важливою частиною громадянського суспільства, яка, на думку автора, здатна до самооблізації та самоконструювання. Підвищення суспільної значущості блоггінг-активізму зумовлене обмеженим впливом традиційних форм впливу на державну владу і необхідністю активної участі громадян у політичному та суспільному житті. Блоггінг-активізм сприймається як рушійна сила змін у суспільстві, хоча його суперечлива природа може спричинити як позитивні, так і негативні наслідки. Автором виокремлюються основні напрями блоггінг-діяльності: організація протистояння, єднання суспільства, активізація зовнішньої політики, взаємодія політичного та військового керівництва, дотримання стандартів демократії та прав людини. До початку 2024 року, на думку автора, відзначається актуалізація політичних тем у медійному просторі. Автор доходить висновків про те, що україномовний політичний дискурс будується довкола чотирьох ключових політико-комунікативних конструкцій, які відображають взаємодію центральної та місцевої влади, влади та суспільства, суспільних верств, військових і цивільних, а також різних політичних сил. Ці конструкції формуються як усередині країни, так і під впливом зовнішніх сил. Ці ж конструкції включають у себе конкуренцію за повноваження, прагнення до справедливості, вплив воєнних подій на громадську думку та напружені відносини між різними політичними силами. Саме ці конструкції, на думку Демченко Д.С., формують підґрунтя політичного дискурсу та визначають його порядок денний. *Аналіз практичної частини має загальний характер і йому бракує цілісності та системності в розкритті питання.*

Загалом у роботі подано міждисциплінарний аналіз медіатизації політичних кампаній через призму блогосфери, наголошуючи на ролі соціальної активності, самовираження та формування концептуального простору. Акцентується увага на значенні блогів як засобу вираження екзистенціальних потреб людини та інтеграції індивідуальних і колективних смислів. Зазначається, що маркетингові технології, контроль і прямий вплив у медіасфері підривають справжню інтерактивність. Автор вказує на те, що блоггінг сприяє психологічній адаптації до цифрового спілкування та відіграє роль в інституціоналізації ідентичності учасників. *Схематично аналізується вплив блогосфери на політичні кампанії*. Висвітлюється роль блогерів у формуванні та поширенні політичних концепцій і вплив на громадську думку. Особлива увага приділяється громадянській блоггінг-активності в контексті української політики та війни, підкреслюючи її внесок у протидію пропаганді та підтримку національних інтересів.

Запитання рецензента: 1) Чи не було б логічніше в рамках заявленої теми проаналізувати не тільки загальні тенденції у блогосфері, а й проаналізувати якийсь конкретний блог і його вплив на конкретну політичну силу? І якого блогера було б проаналізувати більш детально для розкриття заявленої теми? 2) Які реальні загрози може становити робота блогера для політичної партії? 3) Які конструктиви блогосфери ви виділяєте і як уявляєте блогосферу в системному вигляді?

Зміст публікацій автора відповідає головним тезам роботи і презентує основні наукові результати дослідження. За обсягом робота відповідає вимогам, що висуваються до дисертаційних досліджень (160–220 сторінок). Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії є самостійним розгорнутим дослідженням, що пропонує розв'язання актуального наукового завдання в галузі Соціальних комунікацій та відповідає вимогам, що висуваються до робіт такого типу.

Д-р філос. наук, доц., проф. кафедри політології, соціології та публічного управління О. В. Ходус

Наукова новизна. Демченко Д. С. пропонує специфіку медіатизації політичних кампаній на основі впливу блогосфери на формування дискурсу. Автор встановлює значення концепції політичного блогінг-активізму в рамках кризових умов загрози державності, з'ясовує емпіричні параметри перетворювального потенціалу медіатизації дискурсу політичних кампаній, а також виявляє умови, за якими відбувається структурування блогосфери внаслідок медіатизації дискурсу політичних кампаній. Крім того, у роботі пропонується поняття «тотальна медіатизація», як процесу, в рамках якого зазнають впливу медіа та блогосфери і стають залежними від них інші елементи соціальної та культурної активності.

Методи, методики та технології. У роботі застосовується комплексна методологія, яка охоплює системний підхід, компаративний аналіз, інституційно-акторну перспективу. Звідси дослідні зусилля сфокусовані на з'ясуванні системності інституційної структури блогосфери та системності медіапроявів блогінгу, порівнянні дискурсивно-сміслових значень політичних кампаній, визначенні функціонала конкретних етапів медіатизації політичних кампаній та їх значення для наповнення дискурсу.

Теоретичне та практичне значення результатів. Особливою цікавим видається третій розділ роботи, зокрема, дослідження патріотичного блогінг-активізму в сучасній Україні, що виявляє його особливості функціонування та вплив на медіатизацію дискурсу. Загалом третій розділ розкриває тему відображення блогосферою не лише медійних наслідків реакції суспільства на військову загрозу, але й загострення політичних протистоянь у вигляді активізації блогінг-активності.

У розділі I викладаються теоретико-методологічні засади дослідження медіатизації дискурсу політичних кампаній в умовах розвитку інтернет-комунікацій. Зокрема, розглядаються міждисциплінарні підходи щодо встановлення специфіки медіатизації дискурсу політичних кампаній, соціально-комунікаційні пріоритети медіатизації дискурсу політичних кампаній, а також методологічні підходи до аналізу блогосфери як чиннику медіатизації дискурсу політичних кампаній. Попри те що робота потребує більш чіткого визначення автора стосовно її теоретичних засад та методологічної основи, автору вдається зосередитися на основних теоретичних положеннях, а також представити методологічні підходи, зокрема, концепцію «наміру», якою можна розглядати та аналізувати медіатизацію дискурсу політичних кампаній.

Текст другого розділу зосереджується на блогосфері як соціально-політичному інституті. Зокрема, розглядаються медіаційний потенціал блогосфери через призму статичного та динамічного виміру, персональний та інституційний виміри політичної блогосфери, а також структура дискурсу політичних кампаній в умовах диджитальної медіатизації. Загалом Демченко Д.С пише про медіаційний потенціал інтернет-блогосфери, що визначається її структурою та специфікою функціонування. Високий рівень

динамічності, гібридизації жанрів, нелінійність текстових форм, інтерактивність та інтертекстуальність дозволили їй, на думку автора, зайняти ключове місце в процесі медіатизації на сучасному етапі розвитку. Завдяки блогосфері змінюються традиційні ролі відправника/одержувача і автора/аудиторії, природа авторства та взаємодії з текстом. Кожен одержувач інформації стає її виробником, що призводить до переосмислення його сприйняття світу через медіальні фільтри. Блогери впливають на медіатизацію, заповнюючи різноманітні ніші читацького інтересу, і виявляються більш впливовими порівняно з іншими медіа. Їх вплив розглядається за кількома напрямками, такими як розтягнення, зміна, злиття, адаптація та медіатизація. Ці процеси стають тотальними, оскільки, як вказує автор, кожен із нас стає виробником контенту і взаємодіє з аудиторією в контексті медіальних фреймів.

У третьому розділі досліджується політичний нетворкінг медійного волонтерського руху в сучасній Україні, патріотичний блогінг-активізм в сучасній Україні, а також викладається профайлінг україномовного дискурсу політичних кампаній в умовах медіатизації. Загалом Демченко Д. С. визначає, що блогосфера України відобразила вплив війни з Росією на суспільство та політику через активізацію блогінгу та загострення політичних протистоянь. Політичні сили використовують патріотичність для мобілізації громадян, зокрема, шляхом асоціації з образом «захисника України». Умови війни змінили підходи до політичних кампаній, відтіснучи традиційні засоби на користь соціальних мереж та Інтернету. Проте експлуатація військової ситуації у політичних цілях може спричинити спротив та критику, загрожуючи довірі та авторитету політичних лідерів. Усі ці тенденції, підкреслює автор, відображають складні виклики під час національної консолідації та необхідність адаптації політичної медіасистеми до нових умов війни та кризової медіатизації.

Запитання рецензента: 1. Дисертаційна праця розкриває актуальні аспекти функціонування сучасної блогосфери. Чи можете конкретизувати методологічну основу дослідження в контексті реалізації мети і завдань? 2. Чи можете окреслити своє ставлення до кібернетичної концепції інтернет-комунікації, щоб краще зрозуміти перспективи перетворення сучасної блогосфери на основі медіатизації? 3. Чи можете надати рекомендації для оптимізації комунікаційної поведінки громадян України в контексті їх взаємодії з блогосферою в умовах російської агресії?

Зміст публікацій автора відповідає головному тезам роботи і презентує основні наукові результати дослідження. За обсягом робота відповідає вимогам, що висуваються до дисертаційних досліджень (160–220 сторінок). Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії є самостійним розгорнутим дослідженням, що пропонує розв'язання актуального наукового завдання в галузі Соціальних комунікацій та відповідає вимогам, що висуваються до робіт такого типу.

ВИСНОВОК

1. **Актуальність теми дослідження і отриманих результатів.** Сучасні науки соціальних комунікацій активно розробляють тематику трансформації дискурсу політичних кампаній. В умовах інформаційно-комунікаційної революції процеси поширення інформації засобами інтернету виступають системотворчими чинниками для формування таких базових понять сучасного суспільства як громадська думка, трансляція вимог та потреб, діалог публічної влади та громадянського суспільства.

Дискурс політичних кампаній у сучасних умовах відрізняється багатоаспектністю понять, тематики та різноманіттям учасників. Блогосфера дає змогу подолати бар'єр дистанційності, а також сформувати новий інтегрований простір суспільних смислів у режимі реального часу. Діяльність з формування блогів суспільно-політичної тематики потребує дослідження в контексті ідентифікації інституційної належності блогерів, їх

соціокультурного бекграунду, прогнозування значення виступів для сталого розвитку суспільства.

В умовах повномасштабної агресії РФ проти України визначення пріоритетних особливостей дискурсу політичної діяльності отримує важливу методологічну перспективу медіатизації. Вона охоплює переведення в простір медіа раніше відособлених та приватних аспектів суспільного життя. Зростає потреба нейтралізації ворожих пропагандистських навіювань та нівелювання деструктивних наслідків інформаційно-психологічних операцій які здійснюються в медійному полі. Тому процес медіатизації в контексті функціонування блогосфери на тлі політичних кампаній виступає підґрунтям для розвитку суспільної згуртованості, подолання синдрому «втоми від війни», демократичного самовиразу та самоорганізації українського суспільства.

Значення блогосфери для трансляції українських патріотичних меседжів потребує аналізу в рамках форми політичних кампаній, оскільки вони виступають фокусними чинниками зосередження зусиль системної участі громадян та спільнот в дискурсному полі, а також площиною формування нових суб'єктів блогосфери.

У межах розвитку сучасного волонтерського руху спостерігається підвищення рівня поінформованості громадян, зростання рівня соціально-комунікаційної та політичної активності. Отже, актуальність дисертаційного дослідження зумовлена як пріоритетами розвитку сучасних наукових досліджень соціальних комунікацій, так і порядком денним суспільно-політичного розвитку сучасної України.

2. Особлива участь автора в отриманні конкретних наукових результатів, викладених в дисертації: Дисертація є самостійною науковою працею, в якій висвітлені власні ідеї і розробки автора, що дозволили вирішити поставлені завдання. Робота містить теоретичні та методичні положення і висновки, сформульовані аспіратом особисто. Використані в дисертації ідеї, положення чи гіпотези інших авторів мають відповідні посилання і використані лише для підкріплення ідей здобувача.

3. Ступінь обґрунтованості і достовірності наукових положень і рекомендацій. Ступінь обґрунтованості та достовірності наукових положень, висновків і рекомендацій у роботі Д. Демченка забезпечено застосуванням комплексу методів, відповідних меті, об'єкту, предмету та завданням дослідження; практичним аналізом стану досліджуваної проблеми в теорії та практиці; апробацією отриманих результатів.

4. Наукова новизна зумовлюється характером розробки теми, пов'язаної з комплексним аналізом блогосфери як чинника медіатизації дискурсу політичних кампаній та полягає у тому, *уперше*:

- встановлено значення концепції політичного блогінг-активізму в рамках кризових умов загрози державності;
- з'ясовано емпіричні параметри перетворювального потенціалу медіатизації дискурсу політичних кампаній;
- виявлено умови, за якими відбувається структурування блогосфери внаслідок медіатизації дискурсу політичних кампаній;
- запропоновано поняття «тотальна медіатизація», як процесу, в рамках якого зазнають впливу медіа та блогосфери і стають залежними від них інші елементи соціальної та культурної активності;

Уточнено

- етапи медіатизації суспільно-політичного порядку денного напередодні, в процесі та в результаті здійснення політичних кампаній;

- концепцію «хвиль» медіатизації, до раніше описаних: механізації; електрифікації; дигіталізації і диджиталізації, додано п'яту хвилю – проксимізації, головними рисами якої є винахід технологій Web 2.0 та соціальні тенденції, такі як порушення різниці між публічним і приватним;

Набули подальшого розвитку

- поняття політичного мережевого дискурсу, який визначається як складова політичного дискурсу і відрізняється мультимодальністю, неофіційністю, швидкістю реагування на суспільні виклики, стихійністю, фрагментарністю та поліцентричністю;
- концепція підвищення ефективності нетворкінгу патріотичної політичної блогосфери.

5. Теоретичне та практичне значення результатів дисертаційного дослідження у вивченні феномену блогосфери у світлі сучасних теорій та концепцій, що склались у закордонній комунікативістиці, виявлені ключових моментів, навколо яких точиться дискусія та визначено найбільш пріоритетні напрями наукових досліджень. У зв'язку з цим значно розширено науково-теоретичний контекст вивчення політичної комунікації у закордонній науці, в якому аналізується як сьогоденний стан її досліджень в Україні, так і можливості їх адаптації до вітчизняних реалій.

У роботі викладається процес медіатизації політичних кампаній, що зосереджується на поняттях соціальної активності, вираженні індивідуальних поглядів та формуванні концептуального простору. Дослідження у соціально-філософській сфері розкривають, як блогінг виражає екзистенційні потреби людей у взаємодії зі світом. Зокрема, комунікативна філософія вбачає в інтернет-блогосфері засоби для відновлення цивілізаційних основ політичного спілкування, подібних до античної полісної культури, хоча існують думки, що висловлення у публічному інтернет-просторі не завжди є відповідними, через вплив маркетингових технологій та дистанційний контроль. Ці дослідження підкреслюють відсутність справжньої інтерактивності та повноцінного діалогу.

Соціально-психологічні праці висловлюють ідею, що блогінг формує нову культуру психологічної адаптації до дистанційного інтернет-спілкування потенційно терапевтичного характеру. Маркетингові та соціологічні дослідження підкреслюють блогосферу як динамічний простір для вираження прагматичних інтересів індивідів і груп, створюючи основу для ідентифікації учасників як самодостатніх акторів.

Блогосфера відображає актуальні публічні аспекти політичної діяльності в реальному часі, що сприяє розкриттю раніше прихованих інтересів, поглядів та реакцій. Сучасні дослідження також вказують на зростання значення технічної компетентності блогерів як обмеження частини дискурсивних проявів, не пов'язаних з конкретними ситуаціями політичної діяльності.

Громадянська активність у блогінгу в сучасній Україні відкриває широкі можливості для вивчення її динаміки та розвитку. Зокрема, у контексті зовнішньої агресії блогінг став важливим інструментом для протидії російській пропаганді та інформаційно-психологічним операціям. Проте, політичні кампанії протидії агресії також відображають обмеження у функціональності блогінгу, які стосуються часових рамок та тематики контенту, а також розміру аудиторії.

Трансформаційна модель блогінгу, спричинена кризовими подіями, такими як війна та пандемія, визначається переважанням візуального контенту та креативним підходом до подання політичної інформації. Тим не менш, конкуренція між блогерами за увагу аудиторії, комерційні інтереси деяких учасників та розмаїтість стратегій у підході до блогінгу роблять активізм у цій сфері складним і багатоаспектним явищем.

Теоретичні положення, що становлять наукову новизну дисертаційної роботи, мають потенціал для використання у навчальному процесі факультету систем і засобів масової комунікації Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара під час підготовки здобувачів за освітніми програмами «Журналістика», «Реклама і зв'язки з громадськістю» та «Диджитальні медіа» на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти та «Медіакомунікації», «Реклама і зв'язки з громадськістю», «Менеджмент інформаційної діяльності» на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Отримані результати й висновки можуть бути застосовані при проведенні професійних тренінгів для працівників пресслужб.

6. Відповідність дисертації встановленим вимогам. Дисертаційна робота Демченка Д. С. складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел із 364 позицій. Загальний обсяг – 220 сторінок. За обсягом та оформленням дисертаційна робота відповідає вимогам, що встановлені Наказом Міністерства освіти і науки України «Про затвердження Вимог до оформлення дисертації» від 12.01.2017 р. № 40 (зі змінами).

7. Повнота викладення матеріалів дисертації в роботах, опублікованих автором. Аналіз кількості наукових публікацій, повноти опублікування результатів дисертації та особистого внеску здобувача до всіх наукових публікацій, опублікованих самостійно та зарахованих за темою дисертації, засвідчив, що результати дослідження, які викладені в дисертаційній роботі, отримані автором самостійно, та повною мірою відображають основні положення та висновки роботи, доповідалися і обговорювалися на науково-практичних конференціях. Результати окремих частин дисертаційного дослідження оприлюднено на 4 науково-практичних конференціях, представлено у вигляді матеріалів конференцій, розділу в колективній монографії та трьох наукових статей, три з яких опубліковано у фахових виданнях України (категорія Б, спеціальність 061 Журналістика).

Список публікацій здобувача за темою дисертації Публікації, що висвітлюють основні наукові результати дисертації

Статті в наукових фахових виданнях України

1. Демченко, Д. (2023). Президентські вибори в Україні (1991-2019): до проблеми трансформації комунікаційних та PR-технологій. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. №3. [https://doi.org/10.32840/cru2219-8741/2023.2\(54\).10](https://doi.org/10.32840/cru2219-8741/2023.2(54).10). (Фахове видання. Соціальні комунікації. Категорія «Б»).
2. Демченко, Д. (2023). Трансформація політичної комунікації як підґрунтя демократичних виборів (світовий досвід та українські реалії). *Вчені записки Таврійського національного університету. Серія: Філологія. Журналістика*. Том 34 (73). №1, частина 2. С. 294-300. <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.1.2/46>. (Фахове видання. Соціальні комунікації. Категорія «Б»).
3. Демченко, Д. (2024). Демасифікація суспільних процесів в умовах диджиал-комунікації (до проблеми дихотомії «елітарне-масове» як політико-комунікативного парадоксу). *Наукові записки Львівського національного університету імені Івана Франка. Серія: «Журналістика»*. №1 (37). <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2024.54-55.12171>. (Фахове видання. Соціальні комунікації. Категорія «Б»).

Додаткові праці:

4. Liashchenko A., Demchenko D., Sukhenko I. (2023). Outlining sustainability frames of communicating energy: brand reconsidering practices // Колективна монографія «Бренд-комунікації: сучасні виміри» за заг. ред. В.Ф. Іванова та Є.В. Ромата. Навчально-науковий інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. К.: Студцентр, 2023. С. 114-132.

УХВАЛИЛИ:

1. Дисертаційна робота Демченка Дмитра Сергійовича «Блогосфера як чинник медіатизації сучасного дискурсу політичних кампаній» є завершеною науковою працею, в якій отримано нові обґрунтовані результати. Дисертаційну роботу виконано на достатньо високому рівні, її результати мають наукову новизну і практичну значимість. Робота відповідає обраній темі, розкриває її та підтверджує, що автором вирішено поставлені у роботі завдання.

Відповідно до чинних нормативних документів та на підставі Положення про запобігання та виявлення фактів порушення академічної доброчесності у ДНУ на факультеті систем і засобів масової комунікації створена комісія з перевірки рукописів дисертаційних робіт здобувачів третього (освітньо-наукового) РВО ОНП «Журналістика»

спеціальності 061 Журналістика на плагіат у складі: голова – к. соц. ком., доц. кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Гусев А.В.; члени комісії: к. філол. н., доц. кафедри медіакомунікацій та комунікаційних технологій Михайлова А.А.; к. філол. н., доц. кафедри масової та міжнародної комунікації Гудошник О. В. Комісією було здійснено перевірку рівня оригінальності твору (дисертаційної роботи) системою виявлення і запобігання плагіату <https://strikeplagiarism.com/>. Показник оригінальності складає 99,95% (висновок у наявності).

2. Робота Демченка Дмитра Сергійовича «Блогосфера як чинник медіатизації сучасного дискурсу політичних кампаній» відповідає всім вимогам Порядку підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у закладах вищої освіти (наукових установах) (зі змінами, внесеними Постановою Кабінету Міністрів України від 19 травня 2023 р. № 502) та Положення про підготовку здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у Дніпровському національному університеті імені Олеся Гончара і рекомендується до захисту у разовій спеціалізованій вченій раді.

3. Рекомендувати вченій раді Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара розглянути питання про створення спеціалізованої вченої ради для разового захисту дисертації на здобуття ступеня доктора філософії зі спеціальності 061 Журналістика Демченка Дмитра Сергійовича у складі:

№ з/п	Прізвище, ім'я, по батькові	Місце основної роботи, підпорядкування, посада	Науковий ступінь, шифр, назва спеціальності, за якою захищена дисертація, рік присудження	Вчене звання (за спеціальністю, кафедрою), рік присвоєння	Наукові публікації, опубліковані за останні п'ять років, за науковим напрямом, за яким підготовлено дисертацію здобувача
1	2	3	4	5	6
1	Кривошеїн Віталій Володимирович (голова)	Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара Міністерства освіти і науки України, виконувач обов'язків декана факультету суспільних наук і міжнародних відносин	доктор політичних наук, 23.00.01 – теорія та історія політичної науки, 2010 р., Україна	професор кафедри соціології, 2014 р., Україна	1. Pidbereznykh, I., Koval, O., Solomin, Y., Kryvoshein, V., & Plazova, T. (2022). Ukrainian policy in the field of information security. <i>Amazonia Investiga</i> , 11(60), 206-213. (WoS) https://doi.org/10.34069/AI/2022.60.12.22 2. Іваненко В., Кривошеїн В. Державна політика пам'яті в сучасній Україні в умовах інформаційної війни (2014–2021 рр.). <i>Грані</i> . 25 (2). 16-21. (фахове видання, категорія Б) https://doi.org/10.15421/172218 3. Кривошеїн В. Політико-управлінський потенціал цифрового покоління: кейс України. <i>Аспекти публічного управління</i> . 2021. 9 (6). 12-18. (фахове видання, категорія Б) https://doi.org/10.15421/152164
2	Ходус Олена Володимирівна (рецензент)	Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара Міністерства освіти і науки України, професор	доктор філософських наук, 09.00.03 – соціальна філософія та філософія історії, 2018 р., Україна	доцент кафедри теорії та історії соціології, 2004 р., Україна	1. Stadnik O., Bondarenko O., Khodus O., Ihrushko A., Stadnik O., Vaniushyna O. The use of new Media in the Process of conducting Information Wars: a sociological aspect. <i>AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research</i> . 2023. 13 (1, Special Is. XXXII). 47-52. (WoS)

		кафедри політології, соціології та публічного управління факультету суспільних наук і міжнародних відносин			http://www.magnanimitas.cz/ADALTA/130132/papers/A_08.pdf 2. Boiko V., Stadnik A., Polovaia N., Vaniushyna O., Khodus O., Ivanets T. Using media as Weapons in Hybrid War. <i>AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research</i> . 2022. 12 (2, Special Is. XXIX). 175-179. (WoS) https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/120229/papers/A_30.pdf 3. Boiko V., Pogrebnaya V., Khodus O., Dievochkina N., Vaniushyna O., Voroniuk I. Problems of ukrainian society' information security under the conditions of martial law. <i>AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research</i> . 2023. 13 (2, Special Is.). 44-77. (WoS) https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/130237/papers/A_06.pdf
3	Петров Павло Григорович (рецензент)	Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара Міністерства освіти і науки України, доцент кафедри міжнародних відносин факультету суспільних наук і міжнародних відносин	кандидат політичних наук, 23.00.02 – політичні інститути та процеси, 2018 р., Україна	доцент кафедри міжнародних відносин, 2022 р., Україна	1. <i>Ishchenko, I., Bashkeieva, O., Petrov, P.</i> (2019). Empirical model of congruence of mental space as a tool for the analysis of changes in international relations. <i>Economic Annals-XXI</i> , 176(3-4), 4–12. (Scopus) https://doi.org/10.21003/ea.V176-01 https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57211300395 2. Петров П. Г. Технології сучасної зовнішньополітичної комунікації: загальна теоретична характеристика. <i>Філософія та політологія в контексті сучасної культури</i> . 2021 Т. 13 № 2 С. 117-121. (фахове видання, категорія Б) https://doi.org/10.15421/352131 3. Петров П. Г. Процес формування іміджу транзитивних демократій: інструменти впливу на цільову аудиторію. <i>Епістемологічні дослідження в філософії, соціальних і політичних науках</i> . 2020. Т. 3. № 2 С. 139-146. (фахове видання, категорія Б) https://doi.org/10.15421/342041
4	Березенко Віта Віталіївна (опонент)	Запорізький національний університет Міністерства освіти і науки України, завідувач кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності, професор	доктор наук із соціальних комунікацій, 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій, 2014 р., Україна	професор кафедри реклами та зв'язків із громадськістю, 2015 р., Україна	Berezenko V., Skriabin O., Sanakoiev D., Sanakoieva, Liubchenko Y. Neurotechnologies in the advertising industry: Legal and ethical aspects. <i>Innovative Marketing</i> . 2021. Т. 17. № 2. С. 189-201. (SCOPUS). https://www.businessperspectives.org/images/pdf/applications/publishing/templates/article/assets/15239/IM_2021_02_Skriabin.pdf 2. Березенко В. В., Санакоєва Н.Д., Холодний П.О. PR-комунікації в воєнний час: мета, моделі, напрями. <i>Держава та</i>

					<p>регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2023. № 1(53). С. 104-110. (фахове видання, категорія Б) http://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2023.1(53).13</p> <p>3. Березенко В. В. Трансформація реклами в контексті розвитку діджитал-технологій. <i>Держава і регіони. Серія: Соціальні комунікації</i>. 2020. № 4 (44). С. 72-78. (фахове видання, категорія Б) https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2020.4(44).11</p>
5	Владимиров Володимир Михайлович (опонент)	Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Міністерства освіти і науки України, професор кафедри реклами та зв'язків з громадськістю	доктор філологічних наук, 10.01.10 – журналістика, 2004 р., Україна	професор кафедри реклами та зв'язків з громадськістю, 2010 р., Україна	<p>1. Vladymyrov V. The Probable place for being created mass information theory between other fundamental theories about the impact on mass audience. <i>Вісник Львівського університету. Серія "Журналістика"</i>. Вип. 49. 2021. С.55-64. (фахове видання, категорія Б) https://doi.org/10.30970/vjo.2021.49.11059</p> <p>2. Владимирів В. М. Парадокси сучасної науки про масову комунікацію: Монографія. Київ: Наукова столиця, 2020. 180 с. (Одноосібна монографія)</p> <p>3. Владимирів В. М. Напрями осучаснення теорії масової комунікації: Монографія. Київ: Наукова столиця, 2023. 209 с. (Одноосібна монографія)</p>

Голосували:

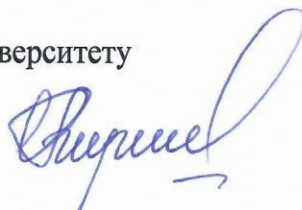
«За» – 20

«Проти» – немає

«Утрималися» – немає

Рішення прийнято одногласно.

Голова міжкафедрального наукового семінару факультету систем і засобів масової комунікації
 Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара
 кандидат філологічних наук,
 доцент



Оксана КИРИЛОВА

Секретар
 кандидат наук
 із соціальних комунікацій



Владлена МИРОНЕНКО