

7. Про порядок офіційного оприлюднення нормативно-правових актів та набрання ним чинності: Указ Президента України від 10.06.1997 р. № 503/97. URL: <https://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/503/97>.

8. Бандурка А. М., Административный процесс: учеб. [для высш. учеб. завед.] / А. М. Бандурка, Н. М. Тищенко. К. : Літера ЛТД, 2001. 336 с.

9. Конституції України / Відомості Верховної Ради України (ВВР). 1996. № 30. Ст. 141.

10. Про правовий режим воєнного стану: Закон України від 12 травня 2015 року № 389-VIII / Відомості Верховної Ради (ВВР). 2015. № 28. Ст. 250.

11. Про Положення про порядок підготовки та внесення проектів актів Президента України: Указ Президента України від 22.11.2006. № 970/2006. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/970/2006>.

УДК 007:304:08

ЛИСЕНКО В.В.

### БЛОГ ЯК СКЛАДОВА СУЧАСНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ

Статтю присвячено дослідженню поняття блогу як інформаційного ресурсу. Розкрито наукові підходи до визначення блогу як електронного щоденника, веб-сайту. Зазначено, що залежно від змісту інформації, яка розміщена в блозі, у автора можуть виникати права інтелектуальної власності, а також обов'язки щодо дотримання авторських прав інших осіб. Наведено класифікацію блогів за різними критеріями. Визначено основні функції блогосфери, серед яких інформаційна, комунікативна, освітня, охоронна, функція соціалізації та громадського контролю, оціночна.

**Ключові слова:** блог, блогосфера, веб-сай, автор, інформація, інформаційний ресурс.

Статья посвящена исследованию понятия блога как информационного ресурса. Раскрыты научные подходы к определению блога как электронного дневника, сайта. В зависимости от содержания информации, размещенной в блоге, у автора могут возникать права интеллектуальной собственности, а также обязанности по соблюдению авторских прав других лиц. Проведена классификация блогов на основании разных критериев. Определены основные функции блогосферы, среди которых: информационная, коммуникативная, образовательная, охрannая, функция социализации и общественного контроля, оценочная.

**Ключевые слова:** блог, блогосфера, веб-сай, автор, информация, информационный ресурс.

The article is devoted to the study of the concept of a blog as an information resource. Scientific approaches to the definition of a blog as an electronic diary, site are disclosed. Depending on the content of the information posted on the blog, the author may have intellectual property rights, as well as obligations to respect the copyrights of others. Blogs are classified according to different criteria. The main functions of the blogosphere, among which are: information, communication, educational, security, the function of socialization and public control, estimated.

**Key words:** blog, blogosphere, website, author, information, information resource.

**Постановка проблеми.** Одним із важливих прав, яке закріплено як в міжнародно-правових актах, так і в національному законодавстві, є право на інформацію. Відповідно до ст. 34 Конституції України кожному гарантується право на свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань. Кожен має право вільно збирати, зберігати, використовувати і поширювати інформацію усно, письмово або в інший спосіб - на свій вибір. Здійснення цих прав може бути обмежене законом в інтересах національної безпеки, територіальної цілісності або громадського порядку з метою запобігання заворушенням чи злочинам, для охорони здоров'я населення, для захисту репутації або прав інших людей, для запобігання розголошенню інформації, одержаної конфіденційно, або для підтримання авторитету і неупередженості правосуддя [1].

Європейська конвенція з прав людини і основоположних свобод закріплює за кожним право на свободу вираження поглядів [2].

Про важливість свободи вираження поглядів та інформації зазначається і в Декларації Комітету міністрів Ради Європи «Про свободу вираження поглядів та інформації», ухваленій Комітетом міністрів на 70-й сесії 29 квітня 1982 року, в якій з посиланням на ст.10 Європейської конвенції з прав людини йдеться про захист прав кожного, незалежно від кордонів, самовиражатися, шукати й одержувати інформацію та ідеї з будь-якого джерела, а також їх поширення [3].

Відповідно до ст. 5 Закону України «Про інформацію», кожен має право на інформацію, що передбачає можливість вільного одержання, використання, поширення, зберігання та захисту інформації, необхідної для реалізації своїх прав, свобод і законних інтересів. У ст. 22 вказаного закону зазначено, що масова інформація - інформація, що поширюється з метою її доведення до необмеженого кола осіб, а засоби масової інформації - засоби, призначені для публічного поширення друкованої або аудіовізуальної інформації. В законі прописані гарантії діяльності засобів масової інформації та журналістів та відповідальність за порушення законодавства про інформацію, яке тягне за собою дисциплінарну, цивільно-правову, адміністративну або кримінальну відповідальність згідно із законами України [4].

В Законі України «Про доступ до публічної інформації» йдеться про те, що «будь-яка особа може вільно копіювати, публікувати, поширювати, використовувати, у тому числі в комерційних цілях, у поєднанні з іншою інформацією або шляхом включення до складу власного продукту, публічну інформацію у формі відкритих даних з обов'язковим посиланням на джерело отримання такої інформації [5].

Серед нормативно-правових актів, які регулюють відносини в інформаційній сфері, можна виділити також Закони: «Про друковані засоби масової інформації», «Про радіо і телебачення», «Про науково-технічну інформацію», «Про захист інформації в автоматизованих системах», «Про інформаційні агентства», «Про рекламу», «Про основні засади забезпечення кібербезпеки України».

Попри широку законодавчу базу, яка регулює відносини, пов'язані з інформацією, на практиці залишається чимало питань, пов'язаних з правовим статусом суб'єктів таких відносин, їх прав та обов'язків, що обумовлено стрімким розвитком інформаційних технологій, зокрема й у сфері комунікацій. Поряд з професійними засобами масової інформації в сучасних умовах активними учасниками інформаційних відносин, що виникають в мережі Інтернет, виступають звичайні користувачі, які створюють власні блоги, що за кількістю відвідувачів не поступаються інформаційним сайтам. Розвиток інформаційного обміну завдяки блогерам обумовив формування блогосфери, як складової інформаційного простору.

Слід зазначити, що окремі проблеми блогосфери вже були предметом досліджень в наукових працях: І. Артамонової, Л. Городенко, С. Демченко, А. Досенко, О. Карпенка, Ю. Половинчак, В. Різуна, І. Тонкіх, О. Чекишева, Л. Ярошенко, Р. Крейга, К. Віліса, К. Пейна та ін.

Разом з тим, залишаються мало дослідженими проблеми правового регулювання блогерської діяльності в Україні, яка набуває все більшого значення в суспільстві, що на наш погляд потребує вдосконалення правових механізмів, які забезпечують свободу масової інформації в державі.

**Метою статті** є розкриття сутності блогу, блогосфери, блогінгу як важливої складової інформаційного простору в сучасному суспільстві.

За останні два десятиріччя в Україні започатковано та набуває розвитку нове напрямлення в інформаційній сфері, а саме блогінг, який став частиною сучасного медійного простору. В медійному просторі з'явилися нові терміни такі як блог, блогосфера, блогер.

Як слушно зазначає А.К. Досенко традиційні ЗМІ, що історично займали певну інформаційну нішу, сьогодні змушені її ділити з блогами і блогерами. Нові засоби масової комунікації в історично короткий термін виявили свій величезний потенціал та пріоритет, тому не випадково стали предметом дослідження багатьох учених із різних країн. Блоги й традиційні ЗМІ, які

змушені діяти в одному інформаційному полі, надалі будуть взаємодіяти, взаємодоповнювати одні одних, переймати схеми, принципи роботи, щоб удосконалювати свої [6].

О. Карпенко в науковій роботі «Блогер як медіа особа» зазначає, що все більш вагомим чинником змін розвитку суспільства в цілому, так і кожної людини стають інформаційні технології, підкреслюючи, що одним з найновіших явищ у сфері інформаційних технологій є WebLogs або блоги, тобто он-лайніві Інтернет-щоденники [7].

Блог (англ. blog, від «web log») – мережевий журнал або щоденник подій, який регулярно поповнюється текстами, фото або мультимедійними даними [8].

Блог – це веб-сайт, основний зміст якого регулярно поповнюють записи, зображення або мультимедіа. Записи, відсортовані в зворотньому хронологічному порядку, зазвичай доступні для читання та обговорення широкою аудиторією.

Як зазначають Чекмишев О.В. та Ярошенко Л.А., блог це особистий щоденник на власному чи на партнерському сайті, або окремий, у тому числі персональний, веб-сайт, основний зміст якого – особисті записи, автора, що додаються регулярно у зворотному хронологічному порядку (останній запис зверху) доступний для всіх користувачів зі специфічним інформаційним чи інформаційно-аналітичним жанром, який дає змогу регулярно поширювати в мережі Інтернет та соціальних мережах інформацію, аналітичні чи особистісно-емоційні коментарі, а також коментрі користувачів й зображення або мультимедіа [9].

Слід погодитись з І.Тонкіх, яка зазначає, що блоги – це, мабуть, на сьогодні найбільш популярна і перспективна форма інтерактивного зв'язку, який забезпечується за допомогою різних форм інтерактивності: обмін думками, рейтинги публікацій, оцінки, коментарі, за кількістю яких визначається резонанс публікації. Наявність можливості коментування та постійний зв'язок з аудиторією – одна з обов'язкових умов існування блогу, адже нецікавий блог втрачає відвідувачів і перестає існувати. Тривалість існування блогів у значній мірі залежить від цілей автора та від рівня їх усвідомлення [10].

Основні переваги блогу порівняно з традиційними веб-сайтами, полягають у такому: постійно оновлюваний контент; проста організація інформації в хронологічному порядку; сприйнятливість пошукових систем; підвищення іміджевого складника, створення інструменту маркетингу і PR; отримання додаткового трафіку та зворотного зв'язку; легка взаємодія з користувачем та побудова довірчих відносин із ним; ефективна платформа для створення спільнот; можливість стати авторитетним джерелом; постійно оновлюваний контент [11, с.899]; можливість отримання високого пасивного доходу; заводити корисні знайомства та висловлюватися публічно на будь-які теми; розширювати коло власних інтересів та покращувати талант письменника [12, с.110].

Як видно із запропонованих визначень блогу він розглядається в першу чергу як веб-сайт. На відміну від блогу, визначення веб-сайту отримало законодавче закріплення. Відповідно до Закону України «Про авторське право і суміжні права» веб-сайт – це сукупність даних, електронної (цифрової) інформації, інших об'єктів авторського права і (або) суміжних прав тощо, пов'язаних між собою і структурованих у межах адреси веб-сайту і (або) облікового запису власника цього веб-сайту, доступ до яких здійснюється через адресу мережі Інтернет, що може складатися з доменного імені, записів про каталоги або виклики і (або) числової адреси за Інтернет-протоколом [13].

Розкриття сутності блогу через веб-сайт має важливе практичне значення. Враховуючи, що блог, як об'єкт правовідносин, а також правовий статус блогерів не отримали законодавчого врегулювання, на практиці постають питання щодо охорони та захисту прав блогерів, а також захисту інформації, розміщеної в блозі. Залежно від джерела походження, змісту інформації, розміщена блогерами, може бути віднесена до новин або загальновідомої інформації, яка не підлягає охороні, або виступати результатом інтелектуальної, творчої діяльності. В останньому випадку питання щодо правомірності використання інформації може поставати у двох випадках. По-перше, це використання інформації автором блогу. Якщо блогер використовує інформацію, яка підлягає охороні як об'єкти права інтелектуальної власності, необхідним є дотримання вимог щодо правомірності поширення запозичених результатів творчої діяльності. По-друге, це охорона інформації, автором якої виступає сам блогер, оскільки вона також може бути визнана об'єктом авторського права та підлягати правовій охороні.

Залежно від того, яка інформація розміщена в блозі, їх розподіляють на: професійні (створюються фахівцями в певній галузі та присвячені окремій тематиці) та побутові (які можуть бути присвячені повсякденним питанням, хобі та уподобанням автора тощо).

Крім того, залежно від об'єктів, які складають основу блогу, їх розподіляють на текстові, фото, – відеоблоги.

За тематикою блоги можуть бути розподілені на: політичні, культурні, освітні тощо.

Залежно від можливості користувачів блогу залишати коментарі, активно долучатись до обговорень тематики статей, які розміщуються блогерами, вони поділяються на відкриті та з обмеженим доступом. Як зазначено в дослідженні блогів, проведеному в Іспанії, лише 56% блогів дозволяють читачам залишати публічні коментарі. При цьому 44% блогів не отримали ніяких коментарів у 2016 році, 48% отримали менше 50 коментарів і лише 8% отримали понад 100 коментарів [14].

Коментування блогів є специфічною формою публічної комунікації. Її учасники можуть бути знайомими у реальному житті, і в таких випадках їхній спосіб комунікації набуває рис відповідальних і довірчих (навіть якщо вони ховаються за ніками). Якщо учасники комунікації не є знайомими, проте не ховаються за ніками (наприклад, пред'являють іншим учасникам комунікації свій профіль у Facebook), така комунікація стає менш довірчою, проте лишається доволі відповідальною. Нарешті, комунікація, реальні учасники якої замасковані непізнаними ніками, не є ані відповідальною, ані довірчою [15, с. 138].

Професійні блоги, не лише користуються великим попитом серед відвідувачів, а й приносять чималі статки їх засновникам. Над професійним блогом за таких умов, як правило працює команда професіоналів, яка підтримує його наповнення та актуальність. Одним з блогів, який входить до 10 найбільш популярних в світі, які принесли їх засновникам чималі статки, є блог «Business Insider», заснований в 2009-му році Кевіном П. Райаном та присвячений інформації про бізнес. Всі аналітичні новини публікуються через годину після їх появи в ЗМІ, для чого 45 досвідчених журналістів постійно «моніторять» події. Редактори блогу - експерти в сфері аналітики: наприклад, головний редактор Генрі Блодгет раніше працював керуючим «Merrill Lynch», «Pierce» і «Fenner & Smith», а один з постійних авторів Ден Фроммер був співробітником «Forbes». Чиста вартість блогу за оцінкою Кевіна П. Райана – 3 мільйони доларів [16].

Активне поширення блогів обумовило формування нового інформаційного простору в мережі Інтернет – блогосфери.

Блогосфера (від англ. blogosphere) – комунікативний простір, який формують користувачі блогів; сукупність усіх блогів в мережі Інтернет та зв'язки між ними, що утворюють автори та коментатори [17].

Слід зазначити, що за відносно невеликий проміжок часу свого існування, блогосфера набула популярності в комунікативному просторі як окремий вид діяльності в інтернет-журналістиці, в якій активну роль відіграють не професійні журналісти, які визначають тематику і проблематику видань, а читачі, які визначають за великим рахунком життєдіяльність того чи іншого блогу шляхом відвідувань та коментарів встановлюючи рейтинг публікації.

Можна говорити про те, що блогосфера в інтернет-журналістиці виступає як особливий інформаційний і соціокультурний простір з певними технічними соціальними та іншими характеристиками, в якому активну роль приймає аудиторія, шляхом створення і поширення інформації, яка на їх розсуд є важливою. Із зазначеного простежується, що блогосфера містить в собі два основоположних для ЗМІ елементи:

по – перше це інформація, інтенсивність проходження якої через блоги не поступається інтенсивності проходження інформації в ЗМІ;

по-друге це аудиторія, спілкування в рамках блогу передбачає широкий тематичний спектр, адже дискусія можлива не тільки з приводу опублікованих матеріалів, а і на інші теми, носить зазвичай регулярний характер, коментаторами в блогах виступають постійні читачі які визначають життєдіяльність блогу за кількістю відвідувань та коментарів.

Анонімність дописувачів та можливість вільної комунікації з будь-яких питань характеризують цей простір. Демократизм блогосфери має позитивний бік (оперативність, щирість дописувачів і плюралізм думок), але також і негативний бік (поверховість, імпульсивність). І хоча змістовну наповненість блогосфери багато дослідників, та й користувачів, ставлять під сумнів – не можна недооцінити її значення як альтернативного вільного каналу поширення інформації, а також вільну трибуну висловлювання. Процеси соціокультурної трансформації суспільства не можна нині уявити поза розвитком блогосфери; адже саме вона значною мірою ці трансформації підштовхує, зумовлює і забезпечує [15, с. 139].

Таким чином блогосфера виконує декілька основних функцій, серед яких можливо виділити:

– інформаційна – є основоположною, оскільки поширення інформації є першочерговою метою створення блогів, які формують блогосферу;

– комунікативна – формування здібностей щодо спілкування в мережі, висловлювання власних позицій та думок, обмін досвідом тощо;

– освітня – залежно від тематики блогів, інформація може сприяти набуттю нових знань, навичок;

– охоронна – інформація може сприяти підвищенню правової обізнаності читачів блогу, стосуватись правових аспектів реалізації та захисту прав громадян, захисту від неправомірних дій фізичних, юридичних осіб, бездіяльності органів державної влади тощо;

– функція соціалізації та громадського контролю – відкритість для широкого загалу та можливість залучення до дискусій сприяє активізації користувачів блогів щодо висловлення власного бачення того чи іншого питання, формування громадської позиції, швидкого реагування на неправомірні дії;

– оціночна – розкриває ставлення суспільства до окремих подій, явищ.

Таким чином блог як інформаційний ресурс не лише акумулює інформацію, знання, досвід, а й виступає джерелом прибутку для його автора. В умовах сьогодення блоги є одним із найпоширеніших джерел інформації, який дозволяє не лише отримувати таку інформацію, а й висловлювати власні позиції та думки кожному бажаючому. На відміну від засобів масової інформації, які орієнтовані на поширення різних інформаційних об'єктів, блоги є більш відкритими до залучення користувачів до дискусії, обміну думками, досвідом.

#### Список використаних джерел:

1. Конституція України *Електронний ресурс*: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>
2. Конвенція про захист прав людини і основоположних свобод. *Електронний ресурс*: [http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_004](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_004).
3. Про свободу вираження поглядів та інформації: Декларація міністрів Ради Європи Прийнята 29.04.1982 р. *Електронний ресурс*: [http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994\\_885](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_885)
4. Про інформацію: Закон України від 02.10.1992р. *N 2658-XII Відомості Верховної Ради України*. 1992. N 48. Ст.650.
5. Про доступ до публічної інформації: Закон України від 13.01.2011р. № 2939-VI. *Відомості Верховної Ради України*. 2011. № 32, ст. 314.
6. Досенко. А. К. Блогосфера як автокомунікативна технологія. *Наукові записки Інституту журналістики*. Том 57. 2014. Жовтень – грудень. С.229-229.
7. Карпенко О.І. Блогер як медіа особа. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2016. Серія «Право». Вип. 22. С.135-137.
8. Вікіпедія. *Електронний ресурс*: <http://bit.ly/1hyewX3>
9. Чекмишев О.В., Ярошенко Л.А. Основи якісного блогерства : *навч. посіб.*. Київ: ФОП А.М.Рудницька. 2014. с. 48.
10. Тонкіх І. Ю. Функції блогів на сайтах Український Інтернет-ЗМІ. *Діалог*. 2012. Вип. 15. С. 341-350.
11. Мозгова Г.В., Мугдусієва Н.К., Чернишева А.С. Контент-маркетинг в корпоративному блозі. *Економіка і суспільство*. Вип.10. 2017. С. 897-903.
12. Санін М.К., Барков Е.И. Эффективность блоггинга как маркетингового инструмента. *Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент»* № 2, 2016. С. 107-112.
13. Про авторське право і суміжні права: *Закон України. Електронний ресурс*: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3792-12>
14. E-Social Work in Spain: An analysis of the professional blogs Idanez, MJA (Aguilar Idanez, Maria Jose); Estany, BAM (Moneo Estany, Berta A.); Civera, MNC (Caparros Civera, Maria Neus) CUADERNOS DE TRABAJO SOCIAL T. 32 № 1 p. 21-34. 2019 DOI: 10.5209/CUTS.56448
15. Михайлова О. Блогосфера як інструмент соціокультурних трансформацій у сучасній Україні. *Наукові записки*. 2018. 4-5 (72-73), С. 130-141.
16. 10 самых популярных блогов в мире, принёсших своим создателям миллионы *Електронний ресурс*: <https://www.publy.ru/post/4306>
17. Blog Encyclopedia Britannica *Електронний ресурс*: <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/869092/blog>.