

Максим Карась,
доцент кафедри міжнародної журналістики
Факультету журналістики
Київського університету імені Бориса Грінченка,
кандидат філологічних наук, доцент

Maksym Karas,
Associate Professor of the Department
of International Journalism,
Faculty of Journalism,
Borys Grinchenko Kyiv University,
PhD in Philology, Associate Professor
Email: m.karas@kubg.edu.ua
ORCID iD 0000-0001-7922-4231

УДК 070

DOI <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2022.12>

ЗАГРОЗИ СВОБОДІ СЛОВА З БОКУ ДИКТАТОРСЬКИХ РЕЖИМІВ (НА МАТЕРІАЛАХ НЕЗАЛЕЖНИХ ЗМІ РОСІЇ)

////////////////////////////////////

PRESS FREEDOM CHALLENGES (THE CASE OF RUSSIAN OPPOSITION MEDIA)

У статті розглянуто процес нищення вільних медіа Росії у 2022 році. Автор зосереджує увагу на способах протидії цензурі мас-медіа в контексті світових тенденцій. Зокрема, проаналізовано матеріали незалежних дослідників і міжнародних організацій.

Зазначається, що хоча цензурні утиски значно впливають на процес зменшення аудиторії і навіть повного припинення функціонування засобу масової інформації, загалом опозиційні медіа мають можливості сталого розвитку. Проаналізовано комплекс соціально-комунікативних, технологічних, юридичних та інших засобів, що допомагають незалежним медіа, професіоналам з Росії, у всебічному і об'єктивному інформуванні аудиторії.

Встановлено, що в путінській Росії функціонують десятки незалежних опозиційних медіа. З лютого 2022 року їхня традиційна аудиторія частково скоротилася, але за «ефектом маятника» матеріали сотень незалежних журналістів перебувають у центрі суспільної уваги за рахунок розширення аудиторії у соціальних мережах. Докладно розглянуто приклади онлайн-видань «Бумага» і «Новая вкладка».

Зроблено висновок про те, що незалежна ринкова медійна індустрія країни буде повільно і некритично скорочуватися і надалі, проте медійні процеси будуть продовжувати розвиток відповідно до європейських і світових тенденцій.

Ключові слова: медіа, цензура, рейтинг, опозиційні ЗМІ, онлайн-видання.

The subject of the article is the analysis of independent mass media in Russia right after Russia's invasion in Ukraine in 2022. The author describes the situation in the segment of media opposing to Putin's dictatorship. The relevance of the study is to analyse the methods of how to oppose and avoid restrictions by governmental censorship. The methodology of the study is the description of the process of media operations under severe governmental violations including internet technology, fiscal and taxation, law enforcement and several others; as well as interviews with editors and journalists from Russian independent media. As a result of the study, three major cases of Russian independent internet media were analysed referring to their struggle against censorship restrictions.

The three online media «Novaya Gazeta», «Bumaga», «Novaya Vkladka» were examined. For example, in 2022 the local free media «Bumaga» published in the city of Saint Petersburg had 1.5-2 million original visits per month; it was the leading media in local market on 5 million population metropolitan area. It demonstrated the high level of journalism standards which enabled the news media to be both the popular service media and the effective marketplace for ideas on social and political issues in the region. With the beginning of Russia-Ukraine war editors and journalists rejected strictly to publish official Kremlin propaganda. Though numerous bans and restrictions, «Bumaga» became an effective media even in illegal conditions.

Conclusions of the study shows a set of practices that enable the independent media to avoid censorship restrictions under conditions of modern dictatorship regimes. The number of free media in Russia lessens but it is not dramatic. Their further development corresponds to the European and world media trends.

Keywords: mass media, censorship, rating, opposition, internet media.

Вступ. У період війни Росії проти України 2014–2022 років значну увагу дослідників та експертів було приділено деструктивній ролі російської пропаганди. На очах сучасників і своєї уважної багатомільйонної аудиторії засоби масової інформації (ЗМІ) поступово перетворилася на засоби масової пропаганди (ЗМП).

Проблеми суспільних взаємовідносин у трикутнику «Політика–Преса–Влада» ґрунтовно досліджували українські вчені В. І. Шкляр, М. Г. Житарюк, Д. Р. Дуцик, В. Ф. Іванов, С. І. Даниленко, Г. Г. Почепцов, С. М. Квіт та деякі інші, актуальні тенденції проаналізовано у періодичних бюлетенях міжнародних громадських організацій. У відкритій лекції, прочитаній студентам-журналістам Київського університету імені Бориса Грінченка з нагоди Дня журналіста 6 червня 2022 року, голова Національної спілки журналістів України Сергій Томіленко зокрема зазначив, що хоча переважна більшість російських колег — членів спілки журналістів Росії стрімко перетворилися на огидних пропагандистів диктатури Путіна, все ж певна частина журналістів залишилася вірна обов'язку і високим професійним стандартам обраного фаху. Про це свідчили окремі відповіді регіональних осередків «Союза журналистов России», яким у перші дні війни українські колеги-журналісти намагалися донести правду про перебіг подій з 24 лютого 2022 року. Більшість дійсно проігнорувала заклики від українських колег, проте окремі осередки (Мурманськ, Єкатеринбург, Томськ) надіслали відповіді, в яких відмежувалися від офіційних пропагандистських наративів і зобов'язалися висвітлювати події війни безсторонньо й неупереджено.

Мета статті — з'ясувати стратегії для засобів масової інформації, що зазнають переслідувань і утисків, як прямих, так і гібридних. *Об'єктом дослідження* виступають незалежні засоби масової інформації Росії, які працюють підпільно, напівлегально і у період з лютого 2022 року робили все від них залежне, щоб інформувати свою аудиторію про дійсний стан речей і повідомляти факти, які намагались приховувати офіційна путінська пропаганда.

Завдання дослідження

1. Встановити економічні, юридичні й кібербезпекові методи запобігання утискам цензури.
2. Проаналізувати кейси, які будуть корисними при нагоді медійникам і редакторам у різних частинах світу.

Дослідження є актуальним з огляду на те, що свобода слова у більшості держав демократичного світу функціонує, проте вона може

будь-якої миті опинитися під загрозою або зникнути зовсім, як свідчать події у Росії.

Методи дослідження. Комплексний метод дослідження поєднує: аналіз документів, інтерв'ю експертів, редакторів і журналістів, опис процесу втручання уряду в діяльність ЗМІ, оцінки і висновки громадських активістів.

Результати й обговорення. За 20 років путінської диктатури й поступового «закручування гайок» у сучасній Росії утворилася модель ЗМІ, у якій було збережено всього три формально вільних мас-медіа, — щоб не наражатися на санкції, а також систему противаг і стримувань, спрямованих проти тоталітарних держав. Варто зазначити, що з часу розпаду Радянського Союзу (1991) Росія ніколи не належала до тоталітарного кола країн «вісі зла» (Іран, Афганістан, Китай, Північна Корея, Еритрея, низка режимів Азії, Африки й Латинської Америки тощо). Тому путінська диктатура з основних трьох медійних сегментів показово обрала по одному, так би мовити, «вітринному» ЗМІ: для телебачення — телеканал «Дождь», для радіомовлення — радіостанцію «Эхо Москвы» і для преси — видання «Новая Газета».

Діяльність останньої набула найбільш широкого розголосу, адже редакційно-журналістські практики видання з часу приходу до влади Путіна (2000 рік) мали найвищий професійний рівень і здобули заслужене міжнародне визнання (Іващенко, 2022. С. 152–155). Основні хронологічні пункти опору диктатурі цього ЗМІ періоду російсько-української війни наступні.

10.12.2021. Нобелівська премія миру головному редактору Дмитру Муратову «за зусилля в обороні свободи думки, яка є передумовою для демократії і сталого миру».

24.02.2022. Всупереч офіційним заявам про «спеціальну військову операцію» видання виходить під «шапкою»: «Россия бомбит Украину». Частина публікацій у 82-тисячній друкованій і, відповідно, цифровій версіях вперше в історії російської преси продубльовано українською мовою на знак солідарності з українським народом. Друкований тираж вилучено з точок продажу преси правоохоронними органами.

28.03.2022. Видання самостійно припиняє вихід після попереджень цензури, щоб уникнути примусового закриття і накладення штрафу.

6.05.2022. У Ризі (Латвія) виходить перший номер дочірнього видання «Новая газета. Европа».

20.06.2022. На аукціоні продано Золоту медаль лауреата Нобелівської премії миру Дмитра Муратова. 103,5 млн доларів передано

громадським організаціям на допомогу українським біженцям.

До 17.09.2022. Оскарження у російських судах першої інстанції усіх рішень органів влади щодо примусового закриття, блокування, накладання штрафів тощо, прийнятих щодо всіх медіапродуктів, пов'язаних з брендом «Новая газета» (крайній термін для майбутнього оскарження справ у Європейському суді з прав людини, юрисдикцію якого путінська Росія відмовилася визнавати з 2022 року).

У період з лютого 2022-го року численні російські мас-медіа призупинили або повністю припинили роботу. Значна кількість сайтів була заблокована контролюючим органом путінської цензури РКН (Федеральна служба з нагляду за сферою зв'язку, інформаційних технологій і масових комунікацій, «Роскомнадзор»). Одним із нечисленних видань, яке вперто чинило опір атакам наглядових органів і тому є вартим уваги дослідників та студентів-журналістів, є незалежне інтернет-видання «Бумага» (місто Санкт-Петербург).

Метою видавців, на момент започаткування ЗМІ 2012 року, було створення медійної технологічної компанії західного типу, що орієнтувалася на провідні практики журналістики британських, німецьких, американських видань та кращих видань східної Європи. Вчорашні випускники факультету журналістики місцевого університету свій продукт вирішили робити орієнтуючись на такі медійні бренди, як «Vox», «Quartz», «Vice» і «Boston Globe».

З 24 лютого 2022 року журналісти Росії були поставлені перед вибором: або приймати умови урядової цензури, або припинити діяльність. Протягом березня 2022 року були заблоковані основні центральні, а також ціла низка регіональних опозиційних видань. У Росії припинили вихід «Русская служба ВВС», «Медуза», «Медиазона», не кажучи вже про найбільш авторитетні й згадувані вище «Новая газета», «Дождь», «Эхо Москвы». Комп'ютерні розробники редакції видання «Бумага» завчасно створили дзеркальні копії сайту (Петлянова, 2022). Дзеркальні копії — це точні копії видання, але з іншими доменними іменами. 12 березня, рівно через 10 років з часу початку виходу видання, сайт було заблоковано.

Усі 19 дзеркальних сайтів онлайн-видання у подальшому почергово були заблоковані. Одна дзеркальна версія була заблокована, проіснувавши всього 9 хвилин. Видавці не приховували, що блокування з боку цензурного органу завдає значних збитків. Заблоковані сайти можна читати й далі, якщо використовувати

технології VPN. Але, за оцінками незалежних медіаекспертів, VPN-сервісами користується не більше 10 % читачів (Петлянова, 2022).

Надалі цензура блокує майданчики опозиційних медіа у соцмережах. У найпопулярніший в Росії мережі «ВКонтакте» опозиційне видання «Бумага» мало 100 тисяч підписників, також цензура заблокувала назву видання в популярному місцевому пошуковикі «Яндекс-дзен». Тому заблоковані онлайн-видання позбавляються величезної частки пошукового трафіку, що у сумі дає 60–70 % втрати аудиторії. Після такої атаки влади у видання залишається 30 % читачів.

Водночас має місце зворотний ефект. Феномен заблокованих медіа полягає у тому, що значно, часом у декілька разів, виростає охоплення аудиторії в інших соціальних мережах. У соціальних комунікаціях значну роль відіграє явище фільтрування інформаційних потоків. У цьому зв'язку дослідниці А. Досенко та І. Погребняк зазначають, що інформаційні потоки у свідомості споживача наражаються на фільтри або, навпаки, підсилюються такими фільтрами: емоційний, авторитету мовця та низки інших (Досенко А., Погребняк І., 2021. С. 43–47). Таким чином може спрацювати зворотний ефект. У випадку з переслідуваним опозиційним медіа, якщо скласти суму аудиторних показників (статистика підрахунків, щоправда, може містити так звані перетини і накладки, методики обчислення аудиторії суттєво різняться), і все ж показники аудиторії значно виростили у перші місяці російсько-української війни.

У інтернет-видань під часів цензурних утисків сайт перестає бути головним майданчиком. Вони стають мережевими виданнями, які розподіляють матеріали по різних соціальних платформах. Частина контенту розміщують в телеграмі, частину у твітері, частину в інстаграмі. Найважливіші матеріали викладаються одночасно на сайті і всіх майданчиках.

Після того як редактори й журналісти популярного інтернет-видання рішуче відкинули мовчазну пропозицію влади щодо пропагандистського зомбування російської аудиторії, у ньюзрумі постало питання: як писати про війну в Україні, якщо немає військових кореспондентів? Як відрізнити факти від пропаганди або вигадок? Акцент було зроблено на місцевих джерелах: на інтерв'ю місцевих учасників війни, волонтерів, родичів військових тощо. Протести проти війни в Петербурзі мали досить масовий характер. Політичні в'язні, арешти і суди, економічні наслідки війни. Новинна стрічка подає необхідний мінімум про війну, при цьому

наводять дані як офіційної російської, так і української сторін. Хоча у видання немає військових кореспондентів, але є факти, заяви, позиції, оцінки — це і є професія журналістика. Медійники-професіонали, зокрема і в Росії, продовжують дотримуватися стандартів, незважаючи на жорстку цензуру.

А що робити, коли завмирає весь рекламний ринок? Наприклад, в Україні ринок реклами скоротився на 50–70 % з березня 2022 року. За аналогією, 90 % рекламодавців в Росії у зазначений період теж припинили співпрацю з медіа. Реклама на сайтах опозиційних медіа через блокування знизилася майже до нуля, а з початком війни виросла реклама у мережах. У липні 2022, порівняно з весняними місяцями, у 4 рази збільшився прибуток видання від реклами в телеграм (Петлянова, 2022). Також видавці відзначили зростання платної передплати на окремі сервіси видання. Цих коштів вистачає для того, щоб видання лишалося на плаву через півроку після прямої заборони вільних ЗМІ.

Частина опозиційних журналістів продовжувала працювати в Росії довгий час після лютого 2022, частина емігрувала за кордон. Група журналістів «Бумаги» переїхала до Тбілісі (Грузія) і почала випускати дочірнє видання «Paper Kartuli». На грузинському ринку видавці вирішили скерувати видання на цільову аудиторію, що складається з різних національностей, а також емігрантів з Росії, Білорусі, України. Від початку війни ці суспільні групи знають одне одного досить мало, спілкуються з підозрою, тому редакційна стратегія — сприяти зав'язуванню горизонтальних зв'язків, як і в попередньому місці, в Петербурзі. Випробувані медійні технології запропоновані для локального медіаринку.

Також видання вирішило спробувати себе в такому напрямку, як подкасти англійською мовою для зарубіжної аудиторії. Річ у тому, що після 2014 року, на думку російських медійників, інтерес до Росії у світі став неухильно скорочуватися. Більшість медіа закрила свої корпункти в Росії, відкликала власних кореспондентів з Москви. Рівень розуміння того, що відбувається у суспільстві сучасної Росії, для глобальної аудиторії є досить невисоким. Типове запитання європейців: у Москві живе 10 мільйонів людей, а на протест проти війни виходить 500, чому так? Опозиційні російські журналісти поставили собі за мету пояснювати новій іноземній аудиторії, чому цих 500 чоловік виходять на мітинг з копіями паспортів, з телефонами адвокатів, запасом прісної води, зарядками для телефонів, готові заплатити штраф від 10 тисяч до 100 тисяч рублів (від 160 до 1600

євро), що є значною сумою у перерахунку на рівень доходів середньостатистичного росіянина. Місія англомовного медійного проекту видання «Бумага» — об'єктивна та оперативна інформація для світу про те, як живе народ в Росії під час війни.

Цікаво простежити етапи становлення аналізованого видання. У березні 2012 року група студентів факультету журналістики Санкт-петербурзького державного університету почало випускати власне модельоване навчальне видання «iUni». Видання виразно було орієнтоване на студентську аудиторію. Надалі, за словами засновника й теперішнього директора видання Кирила Артеменка, студенти зрозуміли, що найбільш затребуваною нішею є саме суспільно-політична тематика, а не молодіжна. 2012 року в Росії відбувалися вибори, як парламентські, так і президентські. Відбувся поступовий розгром опозиційних і демократичних партій і рухів, що спричинило хвилю інтересу до політичного життя. Видання зі студентського перетворилося на локальне видання, чим підтвердило сучасну тенденцію успішних видань — саме видань з регіональною «прив'язкою».

Команда молодих журналістів відразу вирішила експериментувати як з форматами і моделями, так і щодо журналістської тематики матеріалів. Мультимедійне видання ретельно дослідило аудиторію (50 % — це жителі мегаполіса Петербурга, близько 30 — Москви і 20 % — решта регіонів) і з врахуванням її потреб вибудовувало контент.

Яка тематично-жанрова модель успішного видання? Висвітлена тема насамперед повинна бути цікавою містянам, але на головну сторінку сайту вона потрапляє лише тоді, коли становить інтерес для аудиторії інших міст. До національних тем також висувалися відповідні критерії: інформаційна привабливість, скандали, резонансні події, корупційні злочини, нове законодавство тощо. Світові події подаються лише у виняткових випадках, глобальні події в редакційних стандартах повинні бути пов'язані з містом. Теракт, авіакатастрофа, повинь — знайти жителя міста Петербург на місці пригоди, за їх допомогою розповісти про подію.

Для подання матеріалів обрано два формати: короткі «швидкі» тексти, а також довгі й складні лонгриди. Кожен з двох форматів повинен володіти унікальністю контенту, наприклад, за рахунок ексклюзивного джерела інформації або за рахунок оригінального способу подачі.

На сайті онлайн-видання відсутня класична рубрикація на зразок «Політика», «Спорт», «Культура». Присутні тільки оригінальні

рубрики, які підвищують трафік. Прикладами таких стали: Експати (серія публікації про іноземців, які з різних причин переїхали до Росії); рубрика «Петербург 10» (найкращих 10 ресторанів, салонів краси, саун тощо, своєрідний гід по місту). Популярності виданню додала ще й така медіатехнологія, як мобільний додаток Paper App. Він дозволяє створювати прив'язані до карти замітки про різноманітні події, транспортні пригоди, цікаві заклади і заходи у мегаполісі. Головна ідея полягала в тому, що такі замітки могли писати не тільки журналісти, а й звичайні громадяни. Текст супроводжувало фото або відео, значна кількість аудиторії виявилася готовою попрацювати «народними кореспондентами». Зростала кількість читачів і відповідно кореспондентів, які постачали редакції теми та історії. Отримавши інформацію, журналісти її перевіряли, «підтягували», вводили в контекст, за необхідності давали висловитися другій або третій стороні конфліктної ситуації.

Спочатку студентській редакції надавав допомогу факультет журналістики університету: виділив кімнату для редакції, декан допомагав організувати акції. Але будь-який цікавий проєкт на ентузіазмі живе максимум 3–6 місяців. Вихід один — реклама. Першими рекламодавцями стали університети і заклади освіти. Університети замовляли рекламу з умовної рубрики «Історії успіху» (розповісти історії своїх студентів, які зробили кар'єру, мають академічні успіхи й досягнення і через людські історії показати, чого може навчити університет). Схожу рекламу почали замовляти у виданні навіть закордонні університети. Видання стало першим, хто запропонував нативну рекламу. З'явилися потужні кейси, на яких рекламні менеджери показували, як створювали рекламні проєкти. Бренд став відомим серед споживачів: робить дещо інноваційне на якісному рівні. 2013 року видання почало організувати івенти на зразок вікторин та різноформатних інтелектуальних шоу.

Які ще можливості для заробітку коштів є перед сучасним мультимедійним виданням, прослідковується на прикладі видання «Бумага». 2016 року спільно з маркетинговими компаніями журналісти запустили платні соціологічні дослідження серед читачів видання. Це комерційний проєкт, але він також допоміг підготувати ґрунт для формування сегменту читачів, готових до платної передплати на онлайн-матеріали видання. Відтак наступного 2017 року онлайн-видання створює стандартний «Клуб друзів», пропонує перші платні передплати.

За 10 років аудиторія видання щороку збільшувалася приблизно на 30 відсотків (у 2015 році — 450 тисяч читачів на місяць, 2018-го — понад мільйон).

Цікаво, що у процесі нав'язування жорсткої цензури у російському суспільстві мав місце ефект протидії. Деякі медіа не закрилися під час війни і жорстких переслідувань незалежних журналістів і незалежних медіа у Росії, а деякі видання з нуля розпочали свою роботу. Насамперед ідеться про інтернет-медіа «Новая вкладка», «Астра» та деякі інші.

Ідеї відкрити нове ЗМІ у Росії вже після початку війни виглядала нестандартно. Задум редакційного колективу «Нової вкладки» полягав у тому, щоб продовжувати правдиво висвітлювати події в Росії, відстежувати тенденції суспільного розвитку і застерігати про небезпеки, як і належить ЗМІ як функції четвертої влади.

Ідея видання — об'єднання фрілансерів-однорумців, які могли спільно залучати фінансування, шукати різновиди колаборації, допомогти один одному зв'язками, досвідом, репутацією, компетенціями. Перший номер електронного видання побачило світ 24 травня 2022 року.

Для того щоб уникнути блокування, матеріали, що потрапляють у поле зору цензури, прибираються за першим сигналом. Вже через три місяці сайт був заблокований, але після того, як видавці прибрали інтерв'ю з опозиційним депутатом з критикою диктатора Путіна, сайт знову запрацював.

Частина матеріалів журналістів друкується під псевдонімами, частина — під власним прізвищем, тобто право журналіста на псевдонім реалізується повністю за умов цензури. Слово «війна» замінено в усіх текстах зірочками ***, у дужках поряд — (спецоперація). Війна насправді виявилася найважливішою темою для російського суспільства після 24.02.2022, їй відведено 60 відсотків контенту видання.

Формат видання — фактичний блог, публікується 1–2 лонґріди на тиждень. Журналісти самі домовляються про гонорари з партнерськими організаціями. Стрічка новин, замітки й короткі повідомлення, нові рубрики та теми є подальшими кроками й планами.

Верстка видання відбувається за допомогою сервісу інтернет-дизайну «Tilda». Щойно російська цензура оголошує попередження компанії «Tilda», відтак вимушено заблокованим стає весь проєкт (сайт не відкривається навіть через VPN-сервіси). Очевидно це пов'язано з тим, що компанія-розробник має

російське походження. Аби уникнути вимушеного блокування з боку розробника програмного забезпечення, через певний час редакція здійснила перехід з Tilda на WordPress, іншу популярну систему контент-менеджменту сайтів. З погляду редакційно-видавничого менеджменту, онлайн-видання «Новая вкладка» — це волонтерський проект / змішаний проект, що залучає фінансування і опрацьовує різноманітні комерційні моделі ЗМІ (Азар, 2022).

Висновки й перспективи. Таким чином, сьогодні існує цілий арсенал тактик, що дозволяє незалежним і опозиційним журналістам виконувати свій професійний обов'язок навіть за умов диктатури й воєнної цензури. Світовою тенденцією є подальший розвиток цифрових крос-медійних проектів, що враховують соціальні, економічні й технологічні чинники і їх вплив на людське мислення в цифровому середовищі (Шевченко, 2018. С. 303). Найпоширенішою практикою уникнення цензури є перенесення гострої публікації в телеграм-канал видання з одночасною публікацією анонсу й посилання на основній інтернет-сторінці видання. Під час тимчасового блокування поширеною є практика друку матеріалів у партнерських виданнях, використання дзеркальних сайтів, відкриття паралельних редакцій за кордоном та значна кількість інших. Історія протистояння влади путінської Росії і незалежних місцевих журналістів триває і міститиме чимало корисних і цікавих знахідок.

Джерела

1. Азар Ілья. Коллективный фрилансер. «Новая газета. Европа» від 11 серпня 2022 р.
2. Фолькер В. Журналистика газет і журналів / Видання 2-е, перероблене / Пер. з нім. В. Климченко. Київ: Центр вільної преси, 2017. 377 с.
3. Досенко А. К., Погребняк І. В. Інтернет-журналистика: комунікативні маркери: навчальний посібник. К. : ЦУЛ, 2021. 184 с.

4. Кросмедіа: контент, технології, перспективи: моногр. В. В. Різун, В. Е. Шевченко, Л. П. Федорчук; за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.; ВПЦ Київський університет, 2018. 319 с.
5. Медіазнавчі студії в євроінтеграційному дискурсі України: колективна монографія / наук. ред. В. Л. Іващенко. Київ : ДП Експрес-об'ява, 2022. 200 с.
6. Місцева преса: посібник для ЗМІ. К. : ІДПО, 2018. URL: www.ualocal.media
7. Петлянова Н. «Бумага» все стерпит. «Новая газета. Европа» від 5 серпня 2022 року.
8. «Бумага: все о Петербурге». Телеграм-канал видання: t.me/paperpaper_ru
9. «Новая вкладка»: истории о том, как живут в провинции России после 24 февраля 2022 года. Телеграм-канал: t.me/thenewtab

References

1. Azar, I. (2022). Kollektivnyi freelancer. [in Russian]. www.novayagazeta.eu
2. Wolff, Volker (2017). Zhurnalistyka hazet i zhurnaliv. Kyiv, Tsentr vilnoi presy [in Ukrainian].
3. Dosenko, A., & Pohrebniak, I. (2021). Internet zhurnalistyka [Internet Journalism]. Kyiv: TsUL [in Ukrainian].
4. Krosmedia: kontent, tehnolohiyi, perspektyvy. (2018). [Cross Media]. Kyiv: VPTs Kyivskiy universytet [in Ukrainian].
5. Mediaznavchi studii v yevrointehratsiinomu dyskursi Ukrainy. (2022). [Media Studies the European Integration Discourse of Ukraine]. Kyiv: Ekspres-obiava [in Ukrainian].
6. Mistseva presa. (2018). [Local Press]. Guide for Media, Kyiv [in Ukrainian]. www.ualocal.media
7. Petlianova, N. (2022). «Bumaga» vsio sterpit. [in Russian]. www.novayagazeta.eu
8. Bumaga: vsio o Peterburge. Kanal izdaniia «Bumaga» [in Russian]. t.me/paperpaper_ru
9. «Novaya vkladka»: Istorii o tom, rfr zhivut v provintsii Rossii posle 24 fevralia 2022 goda. [in Russian]. t.me/thenewtab

Надіслано до редакції: 06.10.2022.

Прийнято до друку: 22.11.2022.