

мало пов'язаним з актуальними новинними приводами, проте всебічно висвітлює будь-яке питання;

• цитата (quote) – містить пряму цитату без змін [5].

Висновки. У сучасній теорії та практиці журналістики немає єдиного підходу до класифікації жанрів. Так, в українській теорії журналістики прийнято розрізняти жанри інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні, в зарубіжній – інформаційні,

інтерпретаційні, опініонативні, розважальні та утилітарні. З практичної точки зору, жанри розглядаються значно вужче – як тип або форма журналістського твору, прийняті в медіаіндустрії для вироблення, узгодження та поширення якісного контенту. Вивчення теоретичного та емпіричного досвіду іноземних колег є перспективним напрямком подальших досліджень з метою застосування результатів у вітчизняній журналістській практиці.

Література

1. Балалаєва О. Ю. Аналіз новинних кодів за стандартами Міжнародної ради з питань преси та телекомунікацій / О. Ю. Балалаєва // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія : Філологічні науки. — К., 2017. — Вип. 272. — С. 103–110.
2. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості : підручник / В. Й. Здоровега. — 2-ге вид., перероб. і доп. — Львів : ПАІС, 2004. — 268 с.
3. Різун В. Проблеми і перспективи розвитку журналістської освіти в Україні початку XXI століття / В. Різун // Наукові записки Інституту журналістики. — 2004. — Т. 16. — С. 6–13.
4. Шинкарук В. Д. Підготовка аграрних журналістів: перспективи та завдання / В. Д. Шинкарук, О. Ю. Балалаєва // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія : Філологічні науки. — К., 2017. — Вип. 263. — С. 117–125.
5. IPTC Official Website [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.iptc.org>.
6. Melo J. M. Journalistic genres and formats: a classification model / José Marques de Melo, Francisco de Assis // Intercom – RBCC. — 2016. — V. 39, № 1. — P. 39–54.

УДК 007:304:659

Ю. А. Козир, О. М. Євтушенко

Сумський державний університет

«Західні медіа» в українських медіа: спосіб згадування, тематика, обсяг і зміст поняття

Козир Ю. А., Євтушенко О. М. «Західні медіа» в українських медіа: спосіб згадування, тематика, обсяг і зміст поняття. З'ясовано, якими українські журналісти представляють «західні медіа» у своїх публікаціях. Проаналізовано сім найпопулярніших українських новинних онлайн-медіа за 1 липня 2016 – 1 липня 2017 рр. «Західні медіа» згадуються в цитатах, посиланнях та коментарях журналістів. На «західні видання» посилаються, коли йдеться про політику, життя зірок, рідше – спорт і надзвичайні події. Більшість посилань припадає на мас-медіа США, Великої Британії, Німеччини. Ставлення переважно нейтральне, рідше – критичне, іронічне. Винятково позитивне простежується в цитатах українських діячів, різко негативне – лише в цитатах російських посадовців.

Ключові слова: західні медіа, українські медіа, тематика, західні стандарти журналістики.

Козырь Ю. А., Евтушенко Е. Н. «Западные медиа» в украинских медиа: способ упоминания, тематика, объем и содержание понятия. Определено, какими украинские журналисты представляют «западные медиа» в своих публикациях. Проанализированы семь самых популярных украинских новостных онлайн-медиа за 1 июля 2016 – 1 июля 2017 гг. «Западные медиа» упоминаются в цитатах, ссылках и комментариях журналистов. На «западные издания» ссылаются, когда речь идет о политике, жизни, звезд, реже – о спорте и чрезвычайных происшествиях. Большинство ссылок приходится на масс-медиа США, Великобритании и Германии. Отношение преимущественно нейтральное, реже – критическое, ироническое. Исключительно положительное прослеживается в цитатах украинских деятелей, резко негативное – только в цитатах российских чиновников.

Ключевые слова: западные медиа, украинские медиа, тематика, западные стандарты журналистики.

Kozyr Yu., Yevtushenko O. «Western media» in Ukrainian media: ways of reference, themes, extention and intention of the concept. The research deals with the representation of «Western media» in publications

on online news media in Ukraine. As a theoretical background, it is revealed that among Ukrainian media scientists the attitude to «Western media» is ubiquitous: from idealization and hyperbolization of their role in Ukrainian information processes to blames for dependence on advertising and aggressive obstruction of Western values. We have analyzed seven most popular Ukrainian news online media (24tv.ua, obozrevatel.com, segodnya.ua, tsn.ua, rbk.ua, telegraf.com.ua, censor.net.ua). The chronological frame was July 1, 2016 – July 1, 2017. The sample consisted of 320 publications with mentions of «Western media» and similar concepts. The concept was mentioned without the specification of media title in 71% of publications. The research showed that «Western media» were mentioned in quotations, references (when «Western media» were the sources of information, provided by the journalist of Ukrainian media) and journalists' comments. «Western media» were referenced when it went about politics, celebrities, and less often when it was about Ukrainian and Russian sport and accidents abroad (terrorist acts, car accidents etc.). Journalists referenced primarily to news agencies and online newspapers (mostly quality media, but also some tabloids) of the USA, United Kingdom, and Germany. BBC, Daily Mail, Associated Press, Radar Online were mostly mentioned. The attitudes to «Western media», expressed by Ukrainian journalists, were generally neutral, less often critical and rarely – ironic. The total positive attitude was found in Ukrainian actors' quotes. Russian officials were found to express only negative attitude.

Keywords: *Western media, Ukrainian media, themes, Western journalism standards.*

Українська журналістика з часу проголошення незалежності України взяла за орієнтир «західні стандарти» медіа. Після 70 років тоталітаризму українська медіаспільнота прагнула свободи, яка протягом довгих років пов'язувалася із заходом. Західний досвід в Україні почали ідеалізувати, а власний – подекуди знецінювати. Однак сьогодні ідеалізацію західних медіа як утілення «західних стандартів» журналістики почали розвінчувати самі українські журналісти [4].

Водночас у журналістській освіті (принаймні в базових підручниках) ідеалізація «західних медіа» зберігається. Як стверджує директор Інституту журналістики Київського національного університету імені Т. Шевченка В. Різун, саме цих стандартів навчають майбутніх журналістів в українських вузах: «...стандартів, яких ми навчаємо, – я маю на увазі європейські або американські стандарти журналістської праці, – медійна практика не дотримується» [2]. Саме з посиланням на «передові західні медіа» медіатренери, які проводять професійні тренінги для українських журналістів, розповідають своїй аудиторії про стандарти інформаційної журналістики. І це попри те, що самі західні науковці вважають, що ці стандарти не суперечать інтересам правлячих еліт [13], а отже, не є панацеєю для незаангажованого висвітлення.

В українському науковому середовищі до «західних медіа» й «західних стандартів» журналістики спостерігаємо неоднозначне ставлення. На думку К. Сірінюк-Долгарьової, «впливові розвинуті західні суспільства залишаються домінуючими ньюзмейкерами віртуального комунікативного середовища, а геополітичні реалії є визначальними у формуванні порядку денного ... веб-новин кожної країни» [8:25]. Таке твердження здається занадто категоричним, бо абсолютизує

роль «розвиненого Заходу» в українських інформаційних процесах.

Менш категоричні судження висловлює С. Штурхецький. Дослідник стверджує, що українські медіа намагаються «хоча б зовнішньо бути схожими на західну журналістику» [10:130]. На думку вченого, українські медіа мають не лише копіювати форму західних ЗМІ, а шукати власні шляхи розвитку. Подібну думку висловлює З. Козачок, за словами якої, в Україні «залишається проблема застосування знань про західні зразки, у вітчизняних ЗМК не просто у форматі "copy-paste"» [5:396]. Трансформацію західних стандартів журналістики в українському медіапросторі В. Сорока називає однією з найважливіших наукових проблем і актуальним складником загальних процесів глобалізації [9:94]. Фактично, дослідники не відкидають важливості орієнтації на «західні стандарти», хоча і в українській інтерпретації.

Далеке від ідеалістичного ставлення до «західних ЗМІ» висловлює В. Лубська. Учена відзначає, що домінування західних медіа «призвело до зниження обсягу значимості вітчизняного продукту», стало «засобом нав'язування західних стандартів і способу життя», «змінил[о] свідомість частини населення і перетворил[о] інформаційну сферу на інструмент боротьби за право контролювати й управляти свідомістю громадян з метою використання західними країнами у власних інтересах» [6:76], «виступає яскравим прикладом використання в Україні наздоганяючого типу розвитку» [6:79].

Дослідниця Г. Гридасова критикує «західні ЗМІ», бо ті підлягають цензурі, оскільки є частиною капіталістичного суспільства. Вони «поступово втрачають свою незалежність не тільки під натиском політичних інтересів правлячих кіл, але й унаслідок залежності від

реклами» [1:372]. На думку ж ученої Л. Дроздик, до недоліків західних медіа можна віднести те, що часто вони беруть інформацію з російських джерел, виступаючи «рупором кремлівської пропаганди» [3:159].

Вислів «західні медіа» часто вживається в українських ЗМІ, хоча на рівні здорового глузду зрозуміло, що кожне медіа унікальне. Це підтверджують дослідження Д. Халлін і П. Манчіні, які зробили спробу «демістифікувати поняття "Західної моделі медіа"» і показали, що «насправді не існує єдиної "Західної моделі", бо медіасистеми західного світу розвивалися за кількома різними моделями» [11:1].

«Західні медіа» – абстрактне поняття, тому має високий маніпулятивний потенціал. Звідси виникає питання, що саме вкладають представники українських медіа в поняття «західні медіа», яке ставлення висловлюють, у яких випадках згадують про них.

Мета дослідження – визначити, якими українські журналісти представляють «західні медіа» у своїх публікаціях.

Ми аналізували тексти найпопулярніших на момент дослідження українських онлайн-видань. За даними Kantar TNS CMeter [7], у травні 2017 року в 30 найпопулярніших сайтів потрапили п'ять новинних: 24tv.ua (21 місце), obozrevatel.com (22), segodnya.ua (23), tsn.ua (25), rbk.ua (29). За даними Alexa Ranking [12], на 30 червня 2017 року найбільш відвідувані новинні сайти, які увійшли до топ-50:

telegraf.com.ua (9), obozrevatel.com (29), censor.net.ua (41), segodnya.ua (49). Таким чином, ми аналізували сім видань. Хронологічні межі: 1 липня 2016 – 1 липня 2017 рр.

Здійснювали пошук за ключовими словами на сайтах видань та розширений пошук Google (по конкретному сайту із заданим хронологічним діапазоном). Відбір текстових фрагментів здійснювали за ключовими словами: «західні медіа», «західні мас-медіа», «західні ЗМІ», «західна журналістика», «західні журналісти», «західні медійники», «західні видання», «західна преса», «західні телеканали», «західні радіостанції», «західні інформ-агентства», «західні колеги» (у значенні «журналісти»). Для компактності викладу надалі вживаємо «західні медіа», маючи на увазі весь перелік понять. Відібрані фрагменти текстів піддали якісному аналізу.

За підсумками аналізу сімох найпопулярніших українських новинних сайтів ми виявили 320 матеріалів, у яких згадуються ключові поняття. Найбільше таких матеріалів у виданні «Телеграф» (127), далі – «Обозреватель» (92), 24tv.ua (39), «Сьогодні» (27), «Цензор.net» (22), ТСН (11), «РБК-Україна» (2).

Усього проаналізовано 320 публікацій. З них 228 (71%) містять вислів «західні медіа» без конкретизації назв медіа чи країн (таблиця 1).

Таблиця 1. Кількість публікацій зі згадкою «західних медіа»

Видання	Усіх матеріалів	Без конкретизації
Телеграф	127	119
Обозреватель	92	50
24tv.ua	39	19
Сьогодні	27	13
Цензор.net	22	20
ТСН	11	5
РБК-Україна	2	2

Текстові фрагменти ми аналізували за способом згадування, тематикою, обсягом поняття і змістом поняття.

Спосіб згадування. Усі випадки вживання вислову «західні медіа» у проаналізованих

виданнях можна розподілити на три групи.

Згадування в цитатах. Вислів переважно вживається без уточнення, про яке саме видання йдеться.

Згадування в посиланнях (коли «західні

медіа» є джерелом інформації, яку подає журналіст українського видання). Переважно конкретизується джерело, тобто з контексту стає зрозуміло, які мас-медіа маються на увазі. Однак, наприклад, у виданні «Телеграф» журналісти зазвичай ані уточнюють, які ЗМІ маються на увазі, ані дають гіперпосилань, ані згадують прізвища журналістів чи назви матеріалів. Натомість сайт новинної агенції «РБК-Україна» можна віднести до іншого полюсу – у матеріалах лише двічі за рік згадано «західні медіа», і то в цитатах заяви Державного Департаменту США й іранського інформаційного агентства. Зазвичай у матеріалах «РБК-Україна» при цитуванні західних ЗМІ є посилання на конкретні видання, матеріали, журналістів.

Згадування в коментарях журналістів. Вислів «західні медіа» вживається рідко, однак і в цих випадках переважно не конкретизується. Загальна тенденція така: у суб'єктивних висловлюваннях чи то самого журналіста, чи осіб, яких він цитує, фраза «західні медіа», як правило, вживається як самодостатня (нібито не потребує уточнення). Якщо ж у текстовому блоці є посилання на «західні медіа», як правило, автор конкретизує це в наступних реченнях.

Тематика. У проаналізованих виданнях «західні медіа» найчастіше згадуються, коли йдеться про політику або життя селебритіз.

Тема політики іноді переплітається з темою особистого життя політиків та їхніх родичів (Володимир Путін та Аліна Кабаєва, дружина Сергія Пескова (прес-секретаря президента РФ) Тетяна Навка, депутат Верховної Ради України Сергій Лещенко, Дональд, Меланія та Іванка Трамп, дружина Кім Чен Ина, принц Чарльз і Кейт Міддлтон).

У темі «селебритіз» найчастіше згадуються Анджеліна Джолі, Бред Пітт, Брітні Спірс, Джонні Депп, Дженіфер Аністон, Ріанна, Джаред Лето. Обговорюються їхні сімейні справи, стан здоров'я, зовнішній вигляд.

Поширена також тема війни в Україні. Найчастіше в таких повідомленнях йдеться про політичні аспекти війни. Зрідка про війну пишуть через так звані «human interest stories».

Публікації на тему спорту, у яких згадано «західні медіа», траплялися лише у виданні «Обозреватель». Характерно, що тема спорту в цих випадках завжди пов'язана з темою політики, а саме негативними її проявами. Наприклад, ішлося, що боксер Поветкін вважає російські ЗМІ неадекватними порівняно із західними («Обвинения и негатив: Поветкин

пожаловался на неадекватность российских СМИ», 20.03.17); міністр закордонних справ РФ Сергій Лавров та футбольний функціонер Ігор Лебедєв стверджують, що західні ЗМІ ведуть підривну діяльність проти Чемпіонату світу з футболу в Росії («Подрывная деятельность: в России отреагировали на скандал с президентом ФИФА», 7.07.17). Лише один матеріал стосується українського спорту: як ультрас українського футбольного клубу «Динамо» *«організували расистську акцію на матчі з «Шахтарем»*, про що написали «The Sun» та «Daily Mail» («Фанаты "Динамо" спровоцировали громкий международный скандал», 26.04.17).

У виданнях «24tv.ua», «Обозреватель», «Цензор.НЕТ» кілька публікацій присвячені темам терактів, нещасних випадків, аварій. Наприклад, вибух, який стався біля посольства Німеччини в Афганістані («Кількість жертв вибуху біля посольства Німеччини в Афганістані різко зросла», «24tv.ua», 31.05.17); вантажівка, яка в'їхала в натовп у Стокгольмі («Грузовик въехал в толпу в Стокгольме. Минимум двое погибших», «Цензор.НЕТ», 7.04.17).

Обсяг поняття. Якщо ж ідеться про конкретизацію, з'ясуємо, які мас-медіа малися на увазі під «західними медіа» (рис. 1).

Цікаво, що більшість посилань – на онлайн-газети (в основному якісні, але трапляються й таблоїди: «Daily Star» (UK), «The Sun» (UK), the «Daily Mail» (UK), gossip magazines «Life&Style» (USA, NJ), «In Touch» (USA, NJ), lifestyle magazine «ELLE» (країна видання не вказана), entertainment and gossip website «Radar Online» (USA)). Таким чином, якщо йдеться про життя селебритіз, українські журналісти звертаються до американських видань.

У деяких випадках вислів «західні ЗМІ» винесений у заголовковий комплекс, але в матеріалі йдеться лише про одне видання. Цим журналісти українських видань уводять в оману читачів.

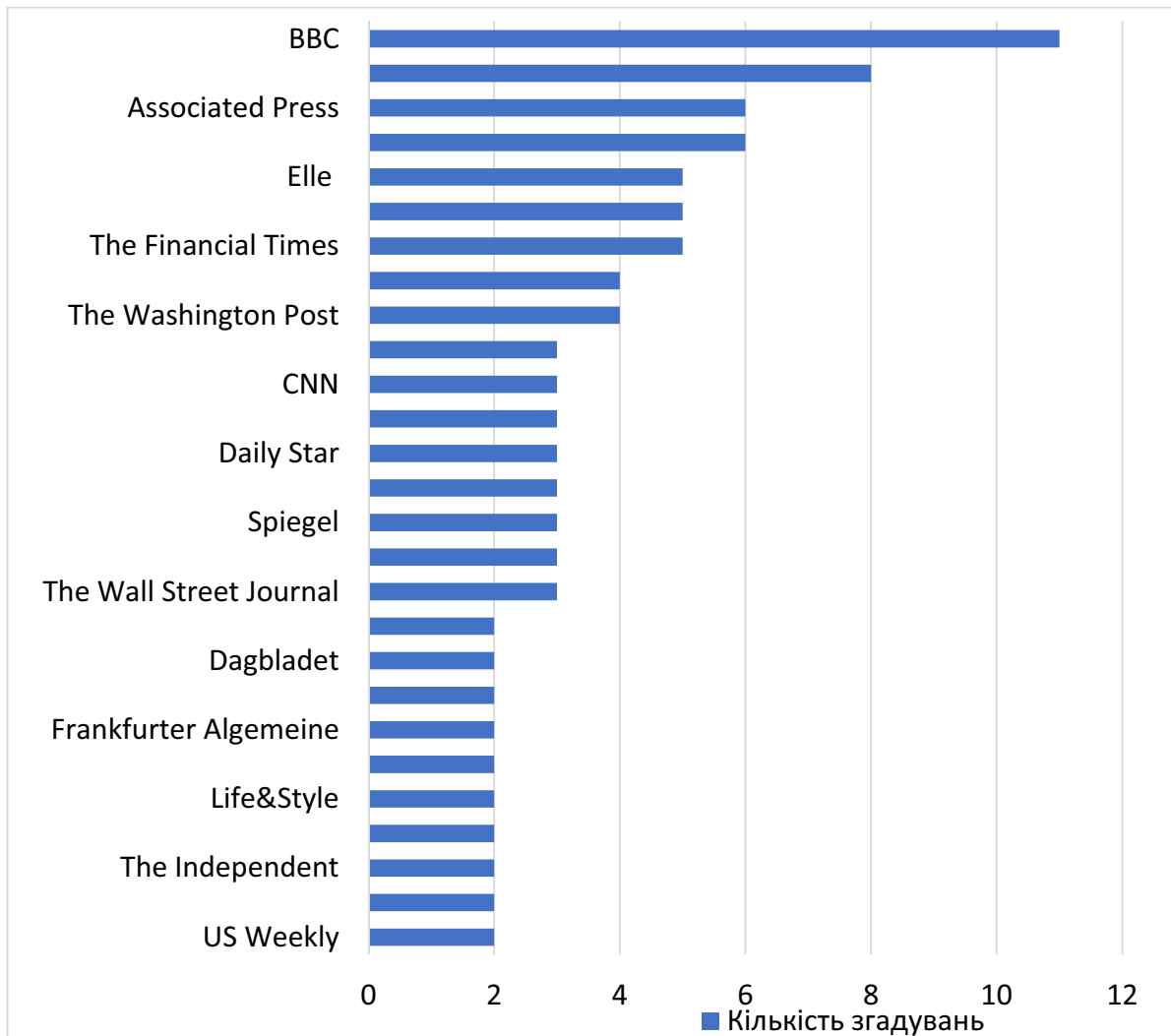
Інший спосіб увести в оману – використання фраз на зразок: «твердят все западные СМИ», «написали, наверное, все западные издания».

Зміст поняття «західні медіа». Ми розглянули безпосередній контекст, у якому вживається словосполучення «західні медіа», виступаючи як об'єкт чи суб'єкт дії. Аналіз дозволяє окреслити репрезентації «західних медіа» у українських виданнях.

У посиланнях ставлення в більшості випадків нейтральне, словосполучення

супроводжується дієсловами «написали», «відмічають», «нагадують», «наводять слова» і «повідомили», «стверджують», «передають», «подібними».

Рис. 1. Видання, які мають на увазі під висловом «західні медіа»



Два видання – «Сьогодні» і «Телеграф» – представляють «західні ЗМІ» як схильних до сенсаційності: «вышли с сенсационными заголовками», «пестрят заголовками», «пестрят новостью».

У матеріалах трапляються також дієслова зі значенням припущення (подейкують, припускають, підозрюють і подібні). Наприклад:

- «Західні ЗМІ **припускають**, що інцидент із російським послом змусить Ердогана іти на зближення з Кремлем» («Чому вбивця Карлова підіграв Путіну?», «24tv.ua», 23.12.16);

- «Актрису Наталі Портман **заподозрили** в беременності» (заголовок матеріалу, «Обозреватель», 8.09.16).

Рідше трапляються дієслова, які вказують на впевненість «західних медіа» в трансльованій інформації:

- «Західні медіа **переконані**, що у відносинах лідерів Франції та Росії існує

"особиста незручність"» («Зустріч Макрона і Путіна почалася з "морозного дотику"», – BBC, «24tv.ua», 2.06.17);

- «Как пишет ELLE, западные СМИ **утверждают**, что звезда вернулась к бывшему возлюбленному» («Анджелина Джоли вернулась к бывшему возлюбленному», «Обозреватель», 9.02.17).

Українські видання частіше посилаються на західні таблоїди, які «подейкують» та «припускають», ніж на видання, які щось стверджують. Усього нараховуємо 20 випадків «припущень» і 12 «стверджень» з боку «західних медіа».

Журналісти українських видань дозволяють собі оцінювати висловлювання, реакції «західних мас-медіа» як емоційні. Інтернет-видання «Обозреватель» схильне уживати емоційну лексику при посиланні на «західні ЗМІ»:

- «Западные СМИ **поражены хамством**

російського дипломата в ООН» («Что ты глаза отводишь?!», 14.04.17);

- «Ультрас киевского "Динамо", которые организовали расистскую акцию на матче с "Шахтером", **серьезно взбудоражили западные СМИ**» («Фанаты "Динамо" спровоцировали громкий международный скандал», 26.04.17);

- «То, что произошло 8 ноября, повергло журналистов и колумнистов западных СМИ в **настоящий шок**» («Выборы президента США: все подробности», 10.11.16).

Розрізняємо дві групи характеристик, які українські журналісти включають у поняття «західні медіа»: фактологічні («американське інформагенство Bloomberg», «словенський журнал Suzy», «американський внешнеполитический журнал National Interest»); оцінні («одна из крупнейших немецких газет Frankfurter Allgemeine Zeitung», «авторитетная Daily Mail», «знаменитая The Sun»).

Українські журналісти ставляться до «західних ЗМІ» неоднозначно, зокрема:

- позитивно: «Все ведущие СМИ Запада освещают кризис сочувственно к Украине» («Украина полностью переиграла Россию в ситуации с кризисом в Авдеевке», «Цензор.net», 3.02.17), «Вони [іноземні колеги] не дозволяють собі емоцій – тільки факти» («Чому вбивця Карлова підіграв Путіну?», «24tv.ua», 23.12.16);

- іноді поблажливо-іронічно: «Не хотілося б засмучувати західних колег, однак є певним перебільшенням (і водночас спрощенням) розглядати Міхеїла Саакашвілі виключно як затьятого реформатора» («Саакашвілі притягне у політику Ющенко, – грузинські медіа про одеського экс-губернатора», «24tv.ua», 11.11.16); «...завжди радує, коли західні ЗМІ називають речі своїми іменами» («Погані новини для Путіна», «24tv.ua», 9.12.16);

- із претензіями до якості роботи: «Демонстрація "арктичних" модифікацій на Червоній площі не залишилася без уваги західних ЗМІ, які чомусь назвали показ ЗРК "сигналом всьому світу"» («Московський парад-2017: "путінюгенд" та війна за Арктику», «24tv.ua», 12.05.17); «...російские спецслужбы... создавали в других странах подставные организации, через которые вбрасывали в западные СМИ похищенные ранее российскими хакерами документы Демократической партии» («Путинский режим

является первопроходцем в деле распространения пропаганды в мире, – Freedom House», «Цензор.net», 28.04.17).

Як бачимо, українські журналісти не висловлюють різко негативного ставлення. Якщо критикують, то м'яко, невпевнено.

При цитуванні помітна чітка тенденція: якщо цитують українських діячів, то вони висловлюють тільки позитивне ставлення до «західних ЗМІ». Наприклад: «западным журналистам... удастся делать хорошие материалы» [блогер Денис Казанський] («Их там есть: французский телеканал раскрыл всю правду о "приключениях" россиян на Донбассе», «Обозреватель», 15.10.16); «...это положительно, что западные журналисты начинают открыто рассказывать о том, как действует огромная российская пропагандистская машина» [заместитель министра информационной политики Артем Биденко] («Западные журналисты начинают открыто рассказывать о том, как действует российская пропагандистская машина», «Цензор.net», 7.01.17).

Якщо ж цитують російських діячів, то ставлення винятково негативне: «західні ЗМІ фактично все перевернули з ніг на голову» [президент РФ Володимир Путін] («Путін: План щодо дестабілізації взаємин між Україною та Росією – бездоганний», «24tv.ua», 14.06.17); «западные журналисты лишь продолжают заниматься "ловлей покемонов"» [речниця МЗС Росії Марія Захарова] («Он струсил»: одиозная путинская чиновница объяснила свой конфуз с финским журналистом», «Обозреватель», 5.06.17).

Для українських ЗМІ західні медіа цікаві перш за все як авторитетні джерела інформації про політику та шоу-бізнес. Посилання на них уживається деякими українськими виданнями навіть без конкретизації. Імовірно, вказівку на «західні медіа» редакції вважають достатньою підставою довіряти джерелу. І хоча відкрито позитивне ставлення не висловлюється, сам факт постійного звертання до цих джерел свідчить про нього.

Якщо ж говорити про відкриті оцінки, то ставлення переважно було нейтральним, рідше критичним і ще рідше іронічним. Різко негативне ставлення виражалося хіба в цитатах російських посадовців. Увагу до думок російської влади щодо західних медіа можна пояснити інформаційним протистоянням з Росією, яким супроводжується сьогодні війна на Сході України.

Враховуючи, що в сучасному – мережевому

– суспільстві у вузлах мережі знаходяться не країни, а корпорації, посилання на «західні», «східні» медіа чи інші просторові вказівки втрачають сенс. Більше того, вони стають оманомою, засобом маніпуляцій, що яскраво

проявилось в Україні. Перспективним може бути глибше вивчення того, як науковці та освітяни медіасфери оцінюють «західні медіа» та розуміють їхню роль в українському медіапросторі.

Література

1. Гридасова Г. Трансформація акторів міжнародних відносин: держава та транснаціональні медійні корпорації / Г. Гридасова // Наукові записки [Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса]. — 2014. — Вип. 3. — С. 368–376.
2. Демченко О. Володимир Різун: «У медійної галузі немає запиту на підготовку кадрів» [Електронний ресурс] / Олена Демченко, Ярослав Зубченко // MediaSapiens. — 2016. — 17 жовтня. — Режим доступу : http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/education/volodimir_rizun_u_mediynoi_galuzi_nemaie_zapitu_na_pidgotovku_kadriv.
3. Дроздик Л. Етичні рефлексії піар-комунікацій у контексті євроінтеграційних процесів в Україні / Дроздик Лілія // Теле- та радіожурналістика. — 2015. — Вип. 14. — С. 155–164.
4. Зінченко Л. Коли медіа не дотримуються стандартів, їх можна змішати з багном [Електронний ресурс] / Лілія Зінченко, Катерина Толокольнікова // Детектор медіа. — 2016. — 22 серпня. — Режим доступу : <http://detector.media/community/article/118028/2016-08-22-koli-media-ne-dotrimuyutsya-standartiv-ikh-mozhna-zmishati-z-bagnom>.
5. Козачок З. Впливи друкованого видання на он-лайн-версію журналу «The New Yorker» [Електронний ресурс] / Козачок Зоряна. — 2014. — С. 393–405. — Режим доступу : http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/ZPNDZP_2014_4_32.pdf.
6. Лубська В. В. Вимір культурної вестернізації в Україні [Електронний ресурс] / В. В. Лубська // Проблеми міжнародних відносин. — 2014. — Вип. 8. — С. 72–81. — Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pmv_2014_8_7.
7. Рейтинг популярних сайтів за травень 2017: початок епохи змін [Електронний ресурс] // Kantar TNS SMeter. — 2017. — 2 червня. — Режим доступу : <https://tns-ua.com/news/rejting-populyarnih-saytiv-za-traven-2017-pochatok-epohi-zmin>.
8. Сіріньок-Долгарьова К. Г. Вестернізація новин як сучасний чинник глобалізації соціальних комунікацій / К. Г. Сіріньок-Долгарьова // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. — 2012. — № 3. — С. 25–28.
9. Сорока В. М. Європейські стандарти тележурналістики: огляд наукових та практичних надбань / В. М. Сорока [Електронний ресурс] // Інформаційне суспільство. — 2013. — Вип. 17. — С. 88–95. — Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/is_2013_17_23.
10. Штурхецький С. В. Європейська практика регулювання журналістської етики в онлайн-медіа: проблеми імплементації в Україні [Електронний ресурс] / С. В. Штурхецький // Онлайнова журналістика: специфіка, завдання, аудиторія: збірник наукових доповідей. — Острог : ІГСУ, Вид-во НУ «Острозька академія», 2013. — С. 129–132. — Режим доступу : <http://eprints.oa.edu.ua/2400/1/Штурхецький.pdf>.
11. Comparing media systems beyond the Western world / Edited by Daniel C. Hallin, Paolo Mancini. — New York : Cambridge University Press, 2012. — 360 p.
12. Top Sites in Ukraine [Electronic source] // Alexa. — 2017. — URL : <https://www.alexa.com/topsites/countries/UA>.
13. Van Dijk T. A. Power and the news media [Electronic source] / Teun A. van Dijk // Political communication and action. — 1995. — Vol. 6 (1). — P. 9–36. — URL : <http://www.discourses.org/OldArticles/Power%20and%20the%20news%20media.pdf>.