

БАНДУРА Н.Г.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ТИПОЛОГІЯ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ БЛОГІВ НІМЕЦЬКОГО ВІРТУАЛЬНОГО ДИСКУРСУ

Статтю присвячено типологічному аналізу журналістських блогів німецького віртуального дискурсу. Явище журналістського блогу трактується як інтегративне, тобто таке, що охоплює певні жанрові різновиди.

Ключові слова: інтегративний жанр, журналістський блог, медіаблог, редакційний блог, віртуальний дискурс.

Статья посвящена типологическому анализу журналистских блогов немецкого виртуального дискурса. Феномен журналистского блога трактуется как интегративный, т.е. охватывающий определенные жанровые разновидности.

Ключевые слова: интегративный жанр, журналистский блог, медиаблог, редакционный блог, виртуальный дискурс.

The article deals with the typological analysis of journalistic blogs of the German virtual discourse. The journalistic blog phenomenon is being interpreted as an integrative one that covers certain kinds of genre.

Key words: integrative genre, journalistic blog, media blog, editorial blog, virtual discourse.

Актуальність теми нашого дослідження зумовлена підвищенням інтересом сучасної лінгвістики та суміжних з нею наук до феномену блогу, зокрема журналістського блогу як нового інтегративного жанру віртуального дискурсу Німеччини.

Мета даної статті – визначити типологію журналістських блогів німецького віртуального дискурсу, охарактеризувати кожен з його різновидів.

Предмет дослідження статті полягає у визначенні критеріїв типологічної характеристики журналістських блогів німецького віртуального дискурсу.

Об'єктом дослідження статті стали тексти журналістських блогів німецького віртуального дискурсу.

Бандура Н.Г.

Матеріалом дослідження даної статті слугували тексти німецьких журналістських блогів karl-weiss-journalismus.de, readers-edition.de, Wikinews.de, neon.de, Opinio.de, myheimat.de, BILDblog, Ostsee-Zeitung.Blog, spiegelkritik.de, 1001augen.de, blogMedien, Krone-Blog, Netzausfall, QuakQuak, Spreeblick, Watchblog, Burks' Blog, Sprengsatz.de, ruhrbarone.de, saschalobo.com, Plankton, Wostkinder, Stützen der Gesellschaft, Digital/Pausen, Digital Twin, Ad hoc, Aufforderung zum Tanz, DerDieDas, Comic, SZblog, Büromaterial, Rechercheblog, Newsblog, Bayernwahl-Blog, Bundesblog.

Наукова новизна статті полягає в послідовному комплексному висвітленні типології німецьких журналістських блогів як складного феномену, зокрема детальному розгляді редакційного блогу та його підтипів.

Поняття "блогу" постає гіперонімічним позначенням множини персональних віртуальних журналів, які складають такі основні групи: Інтернет-щоденники (Ego- чи Tagebuchblog), що їх можна розглядати як прототипний (етимологічно) жанр блогу, тематичні блоги (Themenblog), журналістські блоги (Journalistische Blog) та корпоративні (Unternehmensblog, Firmenblog), які, у свою чергу, мають власні різновиди. Передусім варто коротко зупинитись на їхніх спільних властивостях, що втілюють найсуттєвіші риси даного інтегративного жанру та вирізняють його на тлі віртуального дискурсу.

Тема блогів, нового комунікативно-соціального утворення, постала об'єктом наукового інтересу багатьох дослідників, зокрема до неї зверталися: А. М. Рідель, В. Діманд, С. Херрінг, У. Шмітц, І. Засурський, В. Заборовська, І. Барбукова, О. Горошко, Л. Компанцева, І. Пожидаєва, О. Лутовінова та інші, розглядаючи різні аспекти функціонування цього інтегративного жанру: комунікативний, маніпулятивний, літературний, лінгвокультурологічний тощо.

Словник Britannica [1] тлумачить поняття блогу як "онлайн-журнал, в якому людина, група людей чи корпорація представляють записи про свої дії, думки чи сподівання".

Визначити ознаки блогу як такого ми можемо лише в найзагальніших рисах, оскільки даний жанр є інтегративним утворенням, що охоплює кілька різновидів. Отже, можливість автора а) оновлювати свій блог, додаючи нові пости (записи, зображення, звук) при збереженні архівних, б) встановлювати внутрішні та зовнішні зв'язки, а також можливість в) інших сайтів, у свою чергу, посилатись на даний блог, як і г) читачів активно взаємодіяти з текстами блогу та його автором шляхом коментування [1:2] свідчить про органічну вписаність блогу до комунікативно-соціального простору Інтернету, а звідси – про його комунікативну й соціальну природу. Організація постів (записів) блогу у зворотню хронологічному порядку [3] свідчить про його потенційну злободенність, актуальність, та, водночас, ретроспективність [4:11], що дає діахронічний зріз фрагмента реальності чи віртуальності, втіленого у блозі. Їхній же синхронічний зріз простежується шляхом системи перехресних гіперпосилань, як зовнішніх, так і внутрішніх. Оформлений як веб-сайт, блог має всі ознаки гіпертексту – системи, ієрархії текстів, що завдяки перехресним посиланням, зв'язкам являють “одночас єдність і множину текстів” [5:52] – мультимедійність, інтерактивність, відкритість, інтертекстуальність, нелінійність, безмежність, голографічність, дисперсність структури тощо [6:16-26].

Блог поєднує також такі риси, як: публічність, суб'єктивність та експресивність, адже записи призначаються й доступні для широкого загалу, втілюють авторську точку зору, його світогляд та мають на меті самопрезентацію автора, розкриття його особистості чи деяких її іпостасей – реальних або ж віртуальних. Основна комунікативна мета блогінгу (ведення блогу) базується на прагненні людини (кількох осіб чи корпорації) представити себе та/або свої погляди, знання, вміння, здобутки, або й просто переживання світові. Тому в текстах блогів досить виразно проступає індивідуальність автора, зокрема його мовна особистість.

Таким чином, блог можна визначити як публічний мультимедійний мережевий щоденник, відкритий для громадськості, покликаний репрезентувати авторську особистість та/чи продукт її діяльності (фізичної або інтелектуальної) у просторі соціальної комунікації.

Журналістські ж блоги (також у своєму жанровому різноманітті) мають ту специфіку, що виявляються прямо чи опосередковано пов'язаними із засобами масової комунікації (ЗМК). Прямий зв'язок забезпечується фактом структурної приналежності деяких журналістських блогів до складу он-лайн видань (редакційних блогів), а інші блоги пов'язані опосередковано передусім через тематику своїх постів (медіаблоги й власне журналістські блоги).

Сукупність блогів, їхніх коментарів та системи зв'язків складають т.зв. “блогосферу” [1], що має неоднорідну структуру завдяки різноманітності самих блогів: за популярністю й кількістю перехресних посилань і зв'язків, за тематикою, за суб'єктом (юридична чи фізична особа, журналіст чи звичайний громадянин) тощо.

Серед журналістських блогів існують такі типи:

1) “Громадянський” журналістський блог (Bürgerjournalistische Blog) завдячує своїм існуванням суспільно свідомим індивідуумам, які прагнуть поділитися своїми поглядами, спостереженнями, певною доступною їм інформацією з суспільно-політичного життя. Він отримав статус самостійного соціального явища і відповідну назву “громадянської журналістики”, що означає журналістську активність пересічних людей (не професійних журналістів) щодо постачання новин, відкриття нових тем або ж критики традиційних медіа. Діяльність блогерів (журналістів-любителів) кардинально змінила концепцію інформування, позбавивши ЗМІ монополії на трансляцію суспільно значущих смислів і точок зору (відповідно до концепції гейткіпера), їхньої виключної ролі як єдиного й неповторного джерела інформації [2:10]. Це виявилось продуктивним у плані доповнення і модифікації картини світу, що її створює ЗМІ, а також

впливу на функціонування медіасистеми в цілому. У межах німецькомовного медіапростору громадянська журналістика, однак, не набрала таких масштабів, як в англomовному медійному ареалі, що пов'язано, передусім, з довірою населення до офіційних каналів інформації і роботи професіоналів. Але офіційні медіа, попри всі побоювання щодо стихійного потоку невваженої інформації, потребують діяльного сприяння з боку населення. Thomas Schuler, відомий журналіст з Мюнхена, стверджує, що “Stern.de підтримує портал Augenzeuge.de, Більд (Bild) нацьковує читачів як репортерів на знаменитостей, Саарбрюкська газета (Saarbrücker Zeitung) просить у читачів місцеві новини” [3] тощо.

Суб'єкти громадянської журналістики, в цілому, намагаються у своїх блогах не надто відходити від стилю та тематики традиційних мас-медіа. Але існує різниця між індивідуальними “громадянськими” блогами й блог-порталами громадянської журналістики. Для індивідуальних блогів характерні деяка довільність структури тексту, мовних виразів (часом присутні елементи розмовного стилю), оцінок, невеликий обсяг, відсутність цензури. Наприклад, блогер Karl Weiss постить (викладає у своєму блозі) міркування з приводу статті в газеті New York Times про діяльність президента США Обами:

“Der dritte Weltkrieg lässt schön grüssen

Veröffentlicht am 23. September 2014 von Karl Weiss

Die USA modernisieren in riesigem Umfang ihre Nuklear-Bewaffnung

...Präsident Obama nicht mehr, wie früher verkündet, die Atomwaffen einmotten lässt, sondern sie in aggressivster Weise modernisiert. Der dritte Weltkrieg grüsst vom Horizont...

Das heist nichts mehr oder weniger, dass der dritte Weltkrieg ins Auge gefasst wurde und dieser von Anfang auf den Einsatz von Atomwaffen ausgerichtet sein wird.

Es gibt kaum eine atemberaubendere Meldung als diese.” [9]

Показовою є навіть сама тема: офіційні медіа не опублікують подібну інформацію, щоб не сіяти паніку серед населення, але блогери несуть меншу відповідальність і можуть

висловлюватись вільніше. Специфіка цього типу блогів – невелика цінність аналітичної складової інформації при значній цінності фактичної її складової. Саме “сировинна” інформація, фактаж, зокрема відеозйомка, представлена очевидцями певних подій, мають величезне значення у створенні адекватної медіа-картини світу громадян.

На блог-порталах громадянської журналістики автори зіштовхуються з цілою низкою вимог (формальних і змістових) та обмежень, як і в традиційних медіа. Група модераторів читають надіслані статті, перевіряють факти, редагують тексти.

Наприклад: міжнародний проект Wikinews.de “Die freie Nachrichtenquelle”, readers-edition.de “ein Blogform-Projekt”, myheimat.de “Bürger berichten aus Deutschland”, eOpinio “Netzwerk für Bürgerbeteiligung”, neon.de тощо, де будь-хто може викласти свою статтю, оформивши її згідно з вимогами (своїми для кожного порталу) й попередньо зареєструвавшись.

Тексти на порталі readers-edition.de важко відрізнити від текстів професійної журналістики:

“Kommentar

Die Staatsmacht ist nervös – Die Bundesregierung mahnt zur Besonnenheit ... in der Türkei

Claus-Dieter Stille

4. Juni 2013, 13:20 Uhr | Aktualisiert: 6.06.2013, 18:02

In der Türkei geht die Polizei mit brutaler Gewalt gegen friedliche Demonstranten vor. Die Bundesregierung mahnt betreffs der Türkei die Gewährleistung von Meinungs- und Versammlungsfreiheit an.” [10]

2) Медіаблог (Mediablog, Watchblog), або блог про медіа, блог спостереження за мас-медіа, створюється з метою висвітлення, коментування та критики діяльності ЗМК. Найвідоміший і прототипічний медіаблог – це, звичайно, BILDblog з його дошкульною критикою на адресу популярного бульварного таблоїду та інших видань, який викриває неправду, вигадки, приховану рекламу тощо і був відзначений нагородою Grimme Online Award за свою діяльність. Автори таких блогів – це,

Бандура Н.Г.

переважно, журналісти, які виступають проти недосконалості й недобросовісності сучасних мас-медіа. Наприклад, на сторінках даного блогу викривається перекручування слів акторки Емми Уотсон, що надало їм мало не протилежного змісту:

“Das Blatt schafft es also, Emma Watsons Botschaft ins Gegenteil zu verkehren: Aus einer feministischen Rede wird so ein fast schon anti-feministischer Appell.” [11]

Визначна риса даного типу – іронічність, відповідно до комунікативної мети висміювання, широко представлена в його текстах:

“Die Bild.de-Schlagzeile „Nächster Klopp-Schock – Kehl fällt aus“: Oh ja, ein Riesenschock! Wo Kehl doch schon seit dem Spiel gegen Arsenal, also seit dem 16.09., also seit 11 Tagen und zweieinhalb Spielen, verletzt ist und schon für die letzten beiden BuLi-Spiele ausgefallen war. Wer diese Überschrift liest, denkt doch automatisch an eine Verletzung im Training oder an ein Wiederaufbrechen der Verletzung, an irgendetwas, das jetzt gerade aktuell und akut passiert ist. Ähm, ne.” [12]

Подібним чином аналізують сучасні ЗМК й інші медіаблоги: stefan-niggemeier.de, Ostsee-Zeitung.Blog, spiegelkritik.de, 1001augen.de, blogMedien, Krone-Blog, Netzausfall, QuakQuak, Spreeblick, Watchblog.

3) Власне журналістський блог (Journalistische Blog) створюється як авторський проект професійного журналіста, в якому він викладає важливу, на його думку, інформацію на суспільно-політичні й культурні теми. Відрізняється власне журналістський блог абсолютною довільністю і навіть стихійністю: вибір теми, структурування, обсяг тощо визначаються особистими перевагами автора через відсутність будь-яких обмежень і цензури.

Найяскравіший представник даного типу – це блог знаменитого, дещо епатажного Саші Лобо (Sascha Lobo). Гостре слово, точна аналітичність, яскрава експресія, іронічність привертають увагу читачів, надають таким блогам значної популярності:

“Die Verengung auf Merkel ist ein deutliches Zeichen der Fan-Beziehung. Die völlig subjektive Zuschreibung, erst seit Merkel interessiere sich die Welt für Deutschland, ist gleich doppeltypisch: das eigene Empfinden wird der Welt zugeschrieben, eigentlich müsste der Satz von Marusha lauten: seit Merkel interessiere ich mich für Deutschland.” [13]

Часто зустрічаються розмовні конструкції і звороти з вкрапленнями жаргонізмів, арго, нецензурної лексики тощо:

“Meine fucking Güte, war ich gestern wütend, um ein Haar hätte ich die Seite mit dem Eintrittsformular der Piratenpartei aufgerufen. Bis mir einfiel, dass sich die Piratenpartei mit Hingabe selbst zum Teil des Problems gemacht hat.” [14]

Відомі також блоги: Burks' Blog (автор Burkhard Schröder), Sprengsatz.de (автор Michael Spreng), ruhrbarone.de (засновник Stefan Laurin) та ін.

4) Редакційний блог (РБ) розташований на платформі Інтернет-газети, входить до її складу, створюється переважно членами її редакції, близький до жанрів авторської колонки та есе, тому може розглядатись як публіцистичний жанр, як різновид авторської журналістики. Водночас він має інтерфейс і назву блогу, а тому – формально належить до сфери блогів, блогосфери.

Блоги цього типу складають наповнення однойменної рубрики “BLOGS” німецькомовних онлайн-газети чи журналу (Süddeutsche.de, die Welt, Frankfurter Allgemeine Zeitung, stern.de). З одного боку, вони є органічною складовою змістового наповнення газети чи журналу, до яких вони належать, з іншого боку, пропонують їхнє певне тематичне й структурне розширення.

Редакційний блог – це, в ідеалі, майданчик для особистої публіцистичної творчості журналістів, хоч на практиці деякі блоги використовуються для більш утилітарних цілей, зокрема: а) для публікації другорядних матеріалів, що з якихось причин не вписуються до основної частини газети, б) для організації окремих редакційних проєктів – опитувань, тематичних обговорень тощо, в) для ознайомлення аудиторії з деякими нюансами редакційної “кухні”, обговорення окремих матеріалів, і, звичайно, не позбавлені

певного контролю з боку редакції. Відповідно до цього, тобто до функціональності даного типу блогу, можна виділити основні його підтипи:

1. Авторський блог журналіста, що презентує його власну точку зору щодо суспільно-політичного та культурного життя країни й світу (Plankton, Wostkinder, Stützen der Gesellschaft, Digital/Pausen). Близький до жанру авторської колонки: іронічно-критичний характер, іноді відверто сатиричний, “містить лише одну точку зору, відзначається власним голосом і стилем” [6:373].

Наприклад, Plankton, колективний блог трьох авторів, що розглядає питання наукової журналістики, ділиться своїми міркуваннями з приводу прес-конференції майбутнього астронавта Александра Герста:

“Hier kommt Alex! Ein Astronaut zum Anhimmeln

15.04.2014, 14:56 Uhr Unser vernetzter Mann im All: @Astro_Alex wird bald von Baikonur aus zur Raumstation starten. Mit Experimenten wird er sich seine Brötchen verdienen und einem beispiellosen Bildungsfestival im Orbit. Ein echter Hingucker.

..Der kahlköpfige, durchtrainierte Mittdreißiger macht in seinem glatt gebügelten blauen ESA-Overall eine Figur, die nicht nur von hinten betrachtet wie die eines Promotionmodels wirkt... Und spätestens in diesem Moment, wenn man sieht, wie „tiefenentspannt“ (so twittert das eine Beobachterin später völlig zu Recht) der @Astro_Alex die Schlange stehenden Journalisten abarbeitet, weiß man: So ein Overall ist unter Kommunikationsgesichtspunkten ein wahrer Segen. Wissenschaftler sollten öfter welche tragen...

“Wir Menschen müssen auf den Mars.“ Auch dieser Satz von ihm ist, kommunikationsstrategisch betrachtet, ein Volltreffer. Der Mann hat Visionen, welche wohl noch? Er liebt klare Statements, auch in dieser Hinsicht ist der gebürtige Künzelsauer... ein Segen für die Wissenschaft. Er verkörpert optimal ein evolutionäres Rollenmodell, die Höherentwicklung des Forschers zum Kommunikationsprofi und Helden.” [15]

Назва блогу часто відрізняється від звичайної рубрикації в газеті, позначаючи не сферу діяльності, не жанр (Politik, Staat und

Recht, Finanzen, Feuilleton, Sport, Fußball тощо), а певне явище, втілене вибагливим чином у дещо незвичному як для назви концепті: Plankton, Wostkinder, Digital/Pausen, DerDieDas, хоч є і більш традиційні назви Freie Welt, Stützen der Gesellschaft, Medienwirtschaft, Fazit - das Wirtschaftsblog. Наприклад, назва блогу Digital/Pausen сучасного німецького науковця і мислителя Г. У. Гумбрехта означає *“Denkpausen im digitalen Strom”*. [16]

2. Тематичний блог відрізняється від попереднього типу лише специфічною тематикою: цифрові технології, танці, комікси, кулінарія, мандри, тварини тощо (Digital Twin, Deus ex Machina, Ad hoc, Aufforderung zum Tanz, Comic). Наприклад, блог Tierleben:

“Hunde wollen keine Gespräche: Ergebnisse aus neuen Tier-Studien”

03.09.2014, 15:18 Uhr Begeistert scheinen Hunde nicht zu sein, wenn Menschen mit ihnen sprechen. Sie sehnen sich nach etwas anderem, ergibt eine neue Studie. Forscher untersuchten auch IQ-Tests für Welpen und einiges mehr.” [17]

3. Власне редакційний блог, що відображає інтереси редакції, має на меті встановлення зворотного зв'язку з читачами (SZblog, Büromaterial, Rechercheblog).

“September 2014 20:34

Lassen Sie uns diskutieren

Mit unserem Ihre-SZ-Logo markieren wir neue Möglichkeiten der Leserbeteiligung. Direkter, konzentrierter, besser moderiert: Wir wollen künftig auf andere Weise als bisher mit Ihnen ins Gespräch kommen. Statt der klassischen Kommentarfunktion unter Artikeln starten wir mit Ihnen Debatten zu drei Themen des Tages - und laden Sie ein, immer wieder neue Formen des Dialogs auszuprobieren.

Von Daniel Wüllner

Liebe Leserin, lieber Leser,

seit mehr als sieben Jahren kümmert sich unser Debatten-Team um Ihre Anliegen, um Ihren Input für unsere Artikel und um einen möglichst reibungslosen Kontakt zu SZ.de.” [18]

4. Блог резервних матеріалів – майданчик для розміщення додаткових матеріалів редакції, не передбачає експліцитного

авторства (Newsblog, Bayernwahl-Blog, Bundesblog). Наприклад, Das SZ-Newsblog - “Aktuelle Ereignisse, frisch gebloggt. Was die Welt bewegt, für das Netz aufbereitet.”[19] Але останній запис – це новини трьохмісячної давнини:

“24. Juli 2014 16:42

Krieg in Nahost

Tote bei Angriff auf UN-Schule

Israel setzt Einsatz im Gazastreifen fort, 15 Menschen sollen bei Angriff auf UN-Schule getötet worden sein US-Fluggesellschaften fliegen Ben Gurion wieder an UN-Menschenrechtsrat will mögliche Kriegsverbrechen prüfen.” [19]

На прикладі цих текстів можемо бачити як конвергентні, так і дивергентні риси різних типів блогів. Кожний блог – це особистісний голос автора в поліфонії віртуальної комунікації, голос, який чітко вирізняється з-поміж інших голосів тим, що розкриває, хоча б частково, індивідуальність автора, його власний досвід і світобачення, кожен пост – це його репліка в медійному полілозі, що взаємодіє (експліцитно чи імпліцитно) з іншими репліками та інформацією віртуального комунікативного простору.

Перспективи дослідження блогів залишаються доволі широкими, адже процес становлення й розвитку даного інтегративного жанру ще не завершений, постійно з’являються нові риси, нюанси, тенденції, що потребують детального розгляду.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Блог* [Електронний ресурс] // Енциклопедія Британніка. – Режим доступу до статті: <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/869092/blog>
2. *Riedel A. M. Nachrichtenfaktoren in Blogs – Journalistische Avantgarde oder Nachrichten zweiter Hand? – Zur Anwendbarkeit der Nachrichtenwert-Theorie auf die politische Blogosphäre im deutschsprachigen Raum / Anna Maria Riedel. – Berlin : epubli GmbH, 2012. – 232 с.*
3. *Herring S. C., Kouper I., Paolillo J. et al. Conversations in the blogosphere : An analysis "from the bottom up." Proceedings of the Thirty-Eighth Hawai'i International Conference on System Sciences (HICSS-38) [Електронний ресурс] / Susan C. Herring, Inna Kouper, John C. Paolillo et al. – Los Alamitos : IEEE Press, 2005. – Режим доступу до статті: <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/blogconv.pdf>*
4. *Барбукова І. С.* Онлайнвий

шоденник як феномен віртуальної літератури : жанрова природа, поетика [Текст] : дис. ... канд. філол. наук : 10.01.06 / Ирина Сергіївна Барбукова; ДЗ "Луган. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка". – Луганськ, 2012. – 231 с. 5. Руднев В. П. Гипертекст / Вадим Петрович Руднев // Словарь культуры XX века. – М. : Аграф, 1997. – 384 с. 6. Калмыков А. А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / Александр Альбертович Калмыков. – Москва : Издательство ИПК работников ТВ и РВ, 2009. – 84 с. 7. Schuler T. "Realität, die nicht verschwindet" [Електронний ресурс] / Thomas Schuler // Süddeutsche.de. – Режим доступу до газети : <http://www.sueddeutsche.de/digital/buergerjournalismus-im-netz-realiaet-die-nicht-verschwindet-1.524575> 8. Михайлов С. А. Журналистика Соединенных Штатов Америки / Сергей Анатольевич Михайлов. – СПб. : Изд-во Михайлова, 2004. – 448 с.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

9. Weiss K. Der dritte Weltkrieg lässt schön grüssen [Електронний ресурс] / Karl Weiss // Bürgerjournalismus. – Режим доступу : <http://www.karl-weiss-journalismus.de/?p=2092> 10. Stille C.-D. Die Staatsmacht ist nervös – Die Bundesregierung mahnt zur Besonnenheit ... in der Türkei [Електронний ресурс] / Claus-Dieter Stille // Readers Edition. Ein Blogform-Projekt. – Режим доступу : <http://www.readers-edition.de/2013/06/04/die-staatsmacht-ist-nervos-die-bundesregierung-mahnt-zur-besonnenheit-in-der-turkei/> 11. Hurtz S. Ohne Sinn und Geschmack [Електронний ресурс] / Simon Hurtz // BILDblog. – Режим доступу : <http://www.bildblog.de/60790/ohne-sinn-und-geschmack/> 12. Grob R. Bürgerlotto, Ukraine, Politically Incorrect [Електронний ресурс] / Ronnie Grob // BILDblog. – Режим доступу : <http://www.bildblog.de/60913/buergerlotto-ukraine-politically-incorrect/> 13. Lobo S. Marusha, Merkel und das deutsche Problem [Електронний ресурс] / Sascha Lobo Autor, Vortragsredner, Internet. – Режим доступу : <http://saschalobo.com/2013/06/17/marusha-merkel-und-das-deutsche-problem/> 14. Lobo S. Unsere Mütter, unsere Fehler [Електронний ресурс] / Sascha Lobo Autor, Vortragsredner, Internet. – Режим доступу : <http://saschalobo.com/2013/03/22/unsere-muetter-unsere-fehler/> 15. Müller-Jung J. Hier kommt Alex! Ein Astronaut zum Anhimmeln [Електронний ресурс] / Joachim Müller-Jung // Plankton. – Режим доступу : <http://blogs.faz.net/planckton/2014/04/15/hier-kommt-alex-ein-astronaut-zum-anhimmeln-1001/> 16. Gumbrecht H. U. Digital/Pausen [Електронний ресурс] / Hans Ulrich Gumbrecht. – Режим доступу : <http://blogs.faz.net/digital/> 17. Hucklenbroich C. "Hunde wollen keine Gespräche: Ergebnisse aus neuen Tier-Studien" [Електронний ресурс] / Christina Hucklenbroich // Tierleben. – Режим доступу : <http://blogs.faz.net/tierleben/2014/09/03/hunde-wollen-nicht-reden-548/> 18. Wüllner D. Lassen Sie uns diskutieren [Електронний ресурс] / Daniel Wüllner // SZblog. – Режим доступу : <http://www.sueddeutsche.de/kolumne/ihre-sz-lassen-sie-uns-diskutieren-1.2095271>