

С. І. Гнатишин

ORCID <https://orcid.org/0000-0003-0021-0879>

Scopus Author ID 57430481100

*Тернопільський національний медичний університет імені І. Я. Горбачевського МОЗ України***БЛОГОЛОГІЯ: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА**

S. I. Hnatyshyn

*I. Horbachevsky Ternopil National Medical University***BLOGOLOGY: THEORY AND PRACTICE**

Анотація. У статті проаналізовано феномен блогології як науки, яка має всі умови для утвердження і вирішення своїх завдань; схарактеризовано стан сучасної блогосфери, що пройшла шлях від окремих, хаотичних блогів у формі щоденникових записів і до появи аналітичних блогів (перші п'ятнадцять років XXI століття). Встановлено, що створені необхідні передумови для якісно вищого рівня розвитку національної блогосфери (стрімкий розвиток сучасної медіасфери, технічні можливості інтернет-журналістики, дослідження сучасних журналістських жанрів), для реалізації успішного комунікування. З'ясовано виховний потенціал ведення окремих та групових блогів у межах навчально-педагогічного процесу, що сприяє ефективності впровадження такої практики в навчально-виховний процес вищої школи.

Ключові слова: інформаційний простір; жанр; блог; блогер; блогосфера; блогологія.

Abstract. In the article the phenomenon of blogology as a science that has all the conditions for establishing and solving its tasks is analyzed; the state of the modern blogosphere, which has gone from separate, chaotic blogs in the form of diary entries to the emergence of analytical blogs (the first fifteen years of the 21st century) is characterized. It has been established that nowadays the necessary prerequisites for a qualitatively higher level of the national blogosphere development (rapid development of the modern media sphere, technical capabilities of Internet journalism, research of modern journalistic genres) and the implementation of successful communication have been created. The educational potential of individual and group blogs within the educational and pedagogical process has been clarified, which contributes to the effectiveness of the implementation of such practice in the educational process of high school.

Key words: information space; genre; blog; blogger; blogosphere; blogology.

Вступ. Перше запитання, яке виникає при появі нового напрямку науки, – це закономірність її появи і доцільність функціонування. Специфіка сучасного етапу цивілізаційного розвитку обумовлена збільшенням швидкості всіх процесів. Невипадково нобелівський лауреат Роберт Фогель виокремив дві найважливіші особливості. По-перше, це вирішальне значення особистісного чинника для розвитку країни (одна третя професіоналів високого рівня) і збільшення швидкості життєдіяльності у 8 разів. Яскравим прикладом, який підтверджує ці думки, є сучасна блогосфера, яка пройшла шлях від окремих, хаотичних блогів у вигляді щоденникових записів у 90-х роках минулого століття до аналітичних блогів і появи перших книг на цю тему (перші п'ятнадцять років XXI століття).

Наступним етапом стала поява блогосфери як системного явища, шляхом об'єднання груп фахів-

ців навколо одного проекту. І на початку двадцятих років можемо ставити питання про появу блогології (С. Гнатишин, 2022) як науки зі своїм об'єктом, предметом, завданнями, методами дослідження, наближенням до вирішення питань методологічного рівня. Війна в Україні прискорила ці процеси, показавши значимість наукової оцінки блогосфери в системі національної безпеки.

Мета статті – проаналізувати феномен блогології як науки та виокремити закономірності процесу розвитку блогосфери.

Теоретична частина. Відзначимо особливість періодизації. І в сучасних умовах стаємо свідками поєднання всіх чотирьох етапів. На кожному з них були спроби наукової оцінки, і в даний час є елементи повернення до «графоманського» рівня, розміщення матеріалів з єдиною метою – звернути на себе увагу будь-яким способом від смертельно-го ризику до еротички. Очевидно, що в подальшому

проблема періодизації потребуватиме використання переваг компаративістики, вищого рівня узагальнень, можливою є поява окремих субперіодів. Це потребує окремих монографічних досліджень.

Для успішної протидії цим викликам важлива роль відведена журналістам, а також іншим фахівцям, які працюють в інформаційному просторі. Проблема функціонування особистості в умовах інформаційного суспільства викликає дедалі більшу увагу дослідників. Питання медіаосвіти в процесі професійної підготовки журналістів є предметом досліджень українських учених, таких, як: Н. Білан, В. Демченко, Г. Сарміна. О. Полумисна в навчальному посібнику «Електронна журналістика» аналізує жанрову своєрідність, принципи роботи журналіста в мережевих ЗМІ, соціальних мережах, блогах. Розглядається система головних понять, таких, як: «блог», «блогер», «блогосфера», тенденції розвитку блогосфери в Україні та світі, створення блогу на платформі “LiveJournal”, “Blogger”, “Hiblogger.ua”, види постів: новина, огляд, інтерв’ю, есе, репортаж, щоденниковий запис тощо (О. Полумисна, 2014). Т. Варенко розглядає виховний потенціал ведення студентами блогів академічних груп у межах навчально-педагогічного процесу, обґрунтовує ефективність впровадження такої практики в навчально-виховний процес вищої школи. На думку автора, студентський колективний блог, координований викладачем і тематикою навчальної програми, сприяє розвитку уміння вести діалог з учасниками дискусії, керуватися принципами толерантності, підвищується рівень самоорганізації та самодисципліни, зростає самооцінка й упевненість, формуються навички використання сучасних інформаційних і комунікаційних технологій [1]. Значний внесок для дослідження різноманітних аспектів комунікації, інформаційної культури особистості має оригінальний проект, присвячений практичним аспектам української блогосфери.

О. Косович у кандидатській дисертації розглядає актуальні питання досліджуваної проблеми, на матеріалах мас-медіа та інтернет-видань, у Франції, а в докторській дисертації всебічно аналізує особливості інноваційних процесів на матеріалі онлайн-видань [5].

Основи якісного блогерства розглядаються в оригінальному посібнику О. Чекмишева і Л. Ярошенко [14]. Значимість блогів у соціальних мережах розглядає О. Лівіцька [7].

Важливі аспекти використання досвіду Польщі висвітлено в працях вітчизняних дослідників, та-

ких, як: О. Янкович, К. Біницька, В. Очеретний, І. Кузьма; А. Кузьмінський, О. Кучай, О. Біда. Використання інформаційно-комунікаційних технологій у вищих школах Європи узагальнено в працях О. Товканець. А. Куліченко, Т. Сотник, К. Стадниченко аналізують цікавий досвід використання блогів у процесі розробки електронного портфоліо як засобу розвитку креативності викладача іноземної мови.

Проблемам блогосфери присвячені праці таких зарубіжних вчених, як: С. Карлос, Б. Гарінгтон, П.-Й. Рау і В. Шнейдер та інші.

Дослідники підкреслюють значимість праць з питань інтернет-комунікації: П. Абджон, Д. Белл, Ж. Далез, Дж. Гелбрейт, У. Еко, М. Кастельс, Е. Кінг, Н. Кляйн, А. Корсані, М. Лаззарато, М. Маклюен, І. Масуда, А. Негрі, Х. Раффін, Р. Реддік, Е. Скотт, Г. Тардт, А. Турен, Б. Уільямс, М. Фуко, М. Хардт, Т. Хассей.

Передумовами сучасної блогології стали революційні зміни в технології, глобалізаційні процеси, перехід до інформаційного суспільства, протистояння систем із різними цінностями, особливості особистісного розвитку. Розглянемо ці передумови.

Для наукової оцінки сучасної блогосфери важливо виокремити жанрові особливості. На цьому етапі можна використати досягнення інших наук тим більше, що теоретична оцінка суті жанрів викликає дедалі більший інтерес.

Автори академічного словника української мови виокремлюють три аспекти поняття «жанр»: вид творів у галузі якого-небудь мистецтва, який характеризується певними сюжетними та стилістичними ознаками; живопис на побутові теми; картина побутового сюжету; спосіб що-небудь робити; сукупність прийомів; стиль, манера.

Автори аналітичної оцінки проблеми в літературознавчій енциклопедії називають імена відомих дослідників, підкреслюючи, що «у наукових працях Н. Тмарченка («Теорія літературних родів та жанрів. Епіка», 2001), Б. Іванюка («Жанрологічний словник», 2001), Н. Бернадської («Український роман: теоретичні проблеми і жанрова еволюція», 2004), монографія якої присвячена проблемам Ж., його теоретичної моделі та становлення від початку до постмодерністського дискурсу в українській літературі. Н. Копистянська («Жанр, жанрова система у просторі літературознавства», 2005) розглядає взаємодію Ж. і родів у системі генології, пропонує власні варіанти вивчення жанро- та системотворення в зарубіжній літературі» [8, с. 365].

Розглянемо окремі аспекти проблеми в журналістиці. В. Здоровега виокремлює такі структурні елементи поняття, як «усталений тип твору», «історично визначений», «особливий спосіб освоєння життєвого матеріалу», «чіткі ознаки структури» [4].

На думку М. Рудик, розвиток сучасної блогосфери вносить чимало змін до розуміння та традиційного трактування журналістських жанрів. Жанр, як усталена форма тексту, відживає своє канонічне призначення, натомість набуває нових рис та ознак, які на нього накладає час. Так онлайнова журналістика порушила усталену систему жанрології, де панував чіткий поділ на інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні жанри. Видатні журналістикознавці: Д. Григораш, В. Здоровега, О. Кузнецова, І. Михайлин, А. Москаленко, А. Тертичний, розробили критерії поділу жанрів на групи, упорядкували типологічну структуру жанрів, яка впродовж тривалого періоду характеризувалася стійкістю, стабільністю та відповідала вимогам часу [11]. Цей тезис потребує додаткової аргументації, хоча б для того щоб уникнути протистояння між усталеними класифікаціями і можливостями сучасних технологій. Маємо на увазі насамперед творче використання досвіду минулих років. Тим більше, що і в названих класифікаціях відбувався процес своєрідної інтеграції. Адже важко уявити аналітичний жанр без елементів інформаційного і навпаки. Врешті і в творах, віднесених до художньо-публіцистичного жанру, були елементи інформації й аналітики. На думку авторки, саме блогосфера «передає багаторівневу структуру жанрової системи. У блогах межі, які розділяють жанри, стають менш помітними, а мультимедійність, гіпертекстуальність та інтерактивність спонукають до розширеного сприйняття інформації, що поєднує в собі часом кілька жанрів водночас.

Враховуючи стрімкий розвиток сучасної медіасфери, технічні можливості інтернет-журналістики, важливим є дослідження сучасних журналістських жанрів не тільки для впорядкування жанрової класифікації, а задля комплексного підходу до нових жанрових можливостей та їх втілення у текстах для реалізації успішного комунікування [11, с. 131].

На перший погляд, визначення суті поняття викликає лише теоретичний інтерес. Насправді проблема набагато глибша. Доволі часто за неточним поняттям, або дефініцією, приховуються системні помилки і в практичній діяльності. Окрім цього, якщо галузь знань претендує на науковий рівень, то одним із показників є чітко окреслена

система понять. Розглянемо для прикладу поняття «жанр», яке є необхідним для визначення особливостей блогосфери. Автори літературознавчої енциклопедії, розглянувши зарубіжні аналоги (нім. *Gattung*, *Art*, *Genre*, англ. *genre*, *kind*, франц. *genre*, польс. *gatunek*, рос. жанр, від лат. *genus* – рід, плем'я), акцентують увагу, що це «тематичний, технічно усталений тип художньої творчості, специфічний для кожного різновиду мистецтва, який визначається своєрідністю зображення» [8, с. 364].

Як бачимо, виокремлено три структурних елементи: тематичний тип, технічно усталений тип художньої творчості, своєрідність зображення. Важливою є думка про залежність жанру від конкретно-історичних умов, фіксація змісту твору в його тематично-проблемних виявах, відповідність естетичним запитам, генетична залежність жанру від усної словесності, мовно-ритуального дійства, яке є «громадською чи індивідуальною рефлексією з приводу життєвої ситуації», відносна художньо-композиційна сталість і водночас здатність до оновлення й розвитку.

Можна погодитися з тезисом, що в сучасному літературознавстві, на нашу думку, не лише в літературознавстві «відчутна семантична нечіткість цього терміна, який етимологічно пов'язується з епосом, лірикою та драмою, що є літературними родами, стосується літературних видів, тобто повістей, новел, поем тощо» [8, с. 364].

Не втрачає актуальності проблема диференціації жанрів, яка властива різним видам діяльності. Наприклад, для літературознавства і критики виокремлено такі жанри, як «(стаття, рецензія, передмова чи післямова, памфлет, фейлетон, біографічна або бібліографічна довідка, нарис, літературний портрет, монографія, дисертація тощо), зумовлені конкретними завданнями рецепції чи наукової студії. Вони не виявляють сталої визначеності, схильні до публіцистичності або до застосування наукового дискурсу, або до синтезу, бувають «відкритими» та «закритими» за внутрішніми і зовнішніми ознаками» [8, с. 365].

Для вирішення проблем типології жанрів у блогосфері важливими є висновки Л. Грицаєнко, яка доводить, що «красномовство усне й писемне виражається через гармонійне поєднання раціонального – логосу та емоційного, пафосного Слова; через взаємодію морально-етичного й лінгво-культурологічного аспектів. Красномовство розглядається в діахронічному аспекті та в синхронному. В історичному процесі – це формування духовності, куль-

тури, національної свідомості, тобто це і є історія Слова й історія народу. Через минуле розкриваються різнобарвні грані «красного» мистецького (естетичного, етичного, логічного, художнього, образного, емоційного, патетичного, повчального тощо) Слова. На сучасному етапі – це функціонування Слова в жанрових різновидах: академічному, соціально-політичному, суспільно-побутовому, торговельному (рекламному), дипломатичному, військовому, церковно-богословському, судовому красномовстві» [2, с. 3–4].

Для сучасної блогосфери також важливими є висновки літературознавців про жанр-вставку, жанрову домінанту, жанрову матрицю, жанрову модальність, жанрову систему, жанрову сутність, жанрову типологію, жанровий канон, жанровий підзаголовок, жанровий синтез, жанровий стиль. Цей перелік є красномовним свідченням складності та дискусійності проблеми. І не випадково автори літературознавчої енциклопедії розглядають питання «жанрології», щоправда в контексті генології, яка розглядається як генологія, жанрологія, генерика («нім. *Gattungstheorie*, англ. *literary genetics*, франц. *theorie des genres litteraires*, рос. теория литературных родов и жанров; франц. *genre*, від грец. *genos* – рід і *logos* – слово, вчення), – теорія поетологічних категорій роду і жанру. Термін запровадив французький літературознавець П. ван Тігем (30-ті XIX ст.), спираючись на досвід європейської теорії літератури, починаючи з «Поетики» Арістотеля та інших теоретичних праць, поширених за доби Ренесансу (Ю. Скалігер), бароко (М. Сарбевський), класицизму (Н. Буало). Вони потребували нагального критичного переосмислення, адже в них обстоювалися абсолютизовані нормативи високого стилю, жанри мали право на існування, поширення інших (низького стилю) було обмежене» [8, с. 217].

Нові умови і вимоги обумовлюють необхідність змін у системі професійної підготовки фахівців. Наприклад, В. Демченко, аналізуючи засади розвитку Дніпропетровської школи журналістики, звернув увагу на той факт, що «журналістика в її нинішньому вигляді функціонує в гострому комунікативному суперництві та взаємодії, інтеграції з іншими інформаційними каналами, внаслідок чого виникає певний новий сегмент комунікативного простору. Крім того, медіа інтегровані в складну систему комунікацій, різнобічно взаємодіють з іншими суб'єктами інформаційної діяльності – рекламою, зв'язками з громадськістю в усіх різновидах. По-

дібна конвергенція суттєво впливає на окремі елементи цього інтегрованого міксу. Іншими словами, така полісуб'єктивність інформаційної діяльності повинна супроводжуватись поліоб'єктивністю спостережень у сфері теорії кожного з суб'єктів. Конвергенція віддзеркалює процес інтеграції, підсумком якого стає поява об'єкта, що набуває не просто певної суми вихідних якостей, а й певної нової системної якості. Конвергенція у сфері масової комунікації безумовно виникає внаслідок цивілізаційних передумов, є наслідком глобалізації та дигіталізації» [3].

Дослідники акцентують увагу на зміні парадигми медіасередовища, динамічності процесу об'єднання, який охоплює технологічну, економічну, а також конвергенцію контенту, що становить «новий тип взаємодії між продуцентом і споживачем, де споживач через інтерактивність може стати співтворцем. Попри прагнення людини, переобтяженої інформацією, відокремити різні сфери власного життя – роботу, дозвілля, родину тощо – суспільні зміни характеризуються появою нових понять, насамперед це *multitasking*, або одночасне виконання кількох завдань», що в сумі обумовлює перехід до крос-медіа «пересування користувача різними медійними платформами й ознайомлення з різними типами інтерпретації теми. Очікуваний результат полягає в кращому сприйнятті інформації та оптимізації засвоєння змісту повідомлення, у посиленні ефективності впливу, завдяки множині можливостей» [12, с. 90].

У контексті проблем професійної діяльності особливу зацікавленість викликає оцінка молоддю якостей блогерів. Це дозволить оцінити пріоритетність завдань, побачити актуальність якостей, необхідних для особистості, успішного розвитку, грамотності, риторичної майстерності.

Під час опитування студенти – журналісти Тернополя, Луцька, Черкас та Запоріжжя виокремили такі основні якості, якими має володіти блогер, інфлуенсер: якісний контент, без чого неможливий гармонійний розвиток блогу; креативність, щоб зацікавлювати та утримувати свою аудиторію; комунікабельність, що є необхідністю для більшості професій у сучасному світі, а для медійних людей така якість є однією з пріоритетних; з освіченими людьми цікавіше спілкуватися та слідкувати за ними, але, на жаль, дуже часто блогери висловлюють свою думку про речі та події, у яких не є компетентними. Однією з зазначених якостей є чесність, а також щирість, що засвідчує повагу блогера до

своїї цільової аудиторії та допомагає просувати рекламну продукцію в подальшому. Важливими якостями блогера також є експертність в обраній темі, професійність, грамотність, власний стиль роботи, актуальність теми чи матеріалу, медіа-грамотність, які визначають популярність блогерів, виділяють їх серед інших та рекомендують і рекламують їхні сторінки більшій кількості людей. Серед перерахованих якостей є і почуття гумору, вміння взаємодіяти з аудиторією, доброзичливість блогерів – це ті характеристики, що приваблюють аудиторію, створюють умови для психологічного відпочинку при перегляді матеріалів та сприяють постійному перегляду та читанню сторінок окремих, улюблених персон.

Узагальнення теоретичних аспектів використання блогів у процесі професійного розвитку, вивчення думки студентів обумовили пошук нових підходів. Враховуючи вищесказане, в 2018 р. ми підготували авторський спецкурс для майбутніх журналістів: «Блогер-блог-блогосфера: актуальні питання теорії та практики». Спецкурс розрахований на 32 год: 12 год – лекції, 20 год – практичні заняття. Зокрема, лекційний курс передбачає розгляд таких питань: 1. Інформаційна культура особистості. 1.1. Інформація в умовах війни. 1.2. Інформаційна культура професіонала в умовах глобалізації. 1.3. Журналіст у сучасному інформаційному просторі. 2. Технологія створення авторського блогу. 2.1. Реєстрація, структура, дизайн, наповнення блогу. 2.2. «Українська блогосфера». 2.3. Від ідеї до реалізації. 3. Закономірності розвитку сучасних блогів. 3.1. Ретроспективна оцінка виникнення перших блогів. 3.2. Переваги і недоліки сучасних блогів. 3.3. Класифікація блогів. 4. Тенденції становлення та розвитку блогосфери. 4.1. Концептуальні засади блогосфери в сучасному суспільстві. 4.2. Блогосфера в умовах інформаційної війни. 4.3. Перспективи розвитку блогосфери. 5. Професійна діяльність блогера. 5.1. Етичні вимоги до професійної діяльності. 5.2. Психологічна культура блогера. 5.3. Успішне спілкування у віртуальному просторі. 6. Прогностична оцінка розвитку блогосфери. 6.1. Використання вітчизняного і зарубіжного досвіду в журналістиці. 6.2. Профілактика маніпуляцій в інформаційному просторі. 6.3. Технологія успішного блогерства. Під час практичних занять розглядаються наступні питання: 1. Перехід до інформаційного суспільства як виклик сучасності. 1.1. Переваги і недоліки інформаційного суспільства. 1.2. Особистісні характеристики про-

фесіонала. 1.3. Характеристика сучасної блогосфери. 2. Сучасний блог у контексті вимог теорії та практики. 2.1. Особливості сучасних українських блогів. 2.2. Зарубіжний досвід авторських блогів. 2.3. Ділова гра «Журналіст у віртуальній реальності». 3. Система методичного забезпечення процесу створення авторських блогів. 3.1. Законодавчий супровід професійної діяльності. 3.2. Огляд періодичних видань, присвячених питанням блогосфери. 3.3. Ділова гра «Експертна оцінка методичних матеріалів». 4. Авторський блог: минуле і майбутнє. 4.1. Класифікація сучасних блогів. 4.2. Креативність авторського блогу. 4.3. Конкурс авторських блогів. 5. Закономірності ефективного спілкування у віртуальному середовищі. 5.1. Цільові групи блогів. 5.2. Актуальність, об'єктивність та доступність блогів. 5.3. Блог як віртуальний професійний простір спілкування. 6. Портфоліо сучасного блогера. 6.1. Інформаційний супровід блогу. 6.2. Пошук, збереження, поширення, захист інформації. 6.3. Конкурс на краще портфоліо блогера. 7. Метод проектів у контексті підвищення рівня професійної майстерності. 7.1. Наукова організація праці успішного блогера. 7.2. Прогностична оцінка ефективності блогів. 7.3. Мозкова атака «Кращий проект авторського блогу». 8. Блогосфера в системі національної програмно-цільової прогностики. Під час заключної студентської науково-практичної конференції групи студентів готують перелік секцій, тематику виступів, підсумкові документи.

В умовах війни і в післявоєнний період важливими будуть оцінки блогерами змін, які відбуваються. Тим більше, що інформаційна війна триватиме неперервно. Використаємо роздуми відомих блогерів: О. Крапля, знімає тиктоки під нікнеймом @krapia: «Робота блогера зазнала як емоційних, так і фізичних трансформацій. Ти ніби перебуваєш на емоційних гойдалках. Постійно думаєш: «я не знаю, чи це буде доречно зараз», «треба щось веселе, щоб відволікти людей», «це не на часі». Декому довелося змінити своє звичне середовище, ще й апатія завітала до багатьох, важко в таких умовах писати пости чи знімати відео. Але, попри негаразди, з'явилося поле для творчості. Увесь біль можна віддавати блогу, писати про те, що і де болить, говорити на ті теми, які турбують усіх. Це те, що нам потрібне: почуття єдності, почуття, що ти не один проходиш через це все. Щодо заробітку: реклами стало менше, не всі готові платити за прайсом. Чимало реклами просять брати безкоштовно, бо зроблені з продажу кошти ідуть на допомогу ЗСУ.

Впевнена, скоро стане набагато більше українських контент-мейкерів, ми просто надолужимо те, що пропустили. Надіюсь, українці назавжди відмовляться від зросійщеної інформаційної бульбашки. Український контент уже на зовсім іншому рівні, моя стрічка рекомендацій – 90 % українського, а раніше це було ледь 20 %. Отже, у нас усе попереду». На думку М. Букієвської, після початку війни «бренди не знали, що робити, тому деякі призупинили співпрацю на невизначений термін. Працювали бізнеси, які критично необхідні у будь-які часи, – лікарі, монтаж вікон, дверей тощо. Відповідно, для них були затребувані СММ-спеціалісти. Усі бренди без винятку постили «історії» про волонтерство, допомагали людям матеріально, інформаційно. Публікували контент здебільшого волонтерський, без обдумування візуалу, просто факти і контакти. Зараз у тренді ситуативний контент + поради, бо в місті багато переселенців. Зазначу, бренди мають хороший шанс перейти на європейський ринок, адже є можливості, є попит, а це більш стійка ніша. Тому зросла важливість англійської для СММ-ників. Також необхідне вміння налаштовувати таргетовану рекламу саме на європейський ринок. Безперечно, є тенденція до пропагування українського: чи це просто кольори прапора в декорі, чи українізовані лінійки одягу... Сьогодні, на жаль, не настільки великий попит на СММ-ників, як до війни [13]. Багато хто намагається хоч на чомусь заощадити. При цьому великий попит на спеціалістів, які володіють англійською мовою, можуть без проблем писати тексти на англомовну аудиторію для розвитку на європейському ринку. Зрозуміло, що професія СММ-спеціаліста вже змінилась. Замало просто мати телефон із хорошою камерою і трохи розбиратись, що, куди і як постити. Треба одночасно володіти навичками маркетолога, СММ-ника, фотографа, таргетолога. І тільки тоді в тебе завжди буде робота, і зарплата, звісно ж, вища. Якщо ти дійсно розбираєшся в тонкощах налаштування реклами на новий сегмент ринку з великими сумами, вмієш складати стратегії просування, тоді матимеш клієнтів» [13]. Т. Корнута, прогнозуючи розвиток блогосфери в нових умовах, підкреслює важливість питання, оскільки люди стали «надчутливі до контенту, який споживають. Надіюся, в блогерів із великою аудиторією кількість відповідальності за сенси, які вони транслюють, зростатиме відповідно. Щодо актуальності української мови – вона в Україні не може бути актуальною чи не актуальною, треба говорити про неї в інших ка-

тегоріях. Бо актуальність – це те, що з часом може зникати, у нашому випадку це неприпустимо. Це новий історичний період, в якому мова, заборонена десятки разів, сама стає зброєю. І українці цією зброєю навчаться вправно користуватися». Я. Созанська звертає увагу на волонтерську діяльність блогерів: «Ми оприлюднюємо інформацію про збір коштів для притулків, переселенців тощо. Багато хто з нас сам витрачав і продовжує витрачати кошти на допомогу країні. Особисто збирала гроші на допомогу переселенцям, армії та притулку. Крім того, деколи робимо рекламу брендам за «просто так», щоб підтримати український бізнес та вітчизняного виробника. Безумовно, на початку війни контент був тільки про неї – переживання та смуток сочилися звідусіль. Зараз же приходиться розуміння того, що життя все-таки не зупинилось. Людям необхідний той самий контент, який вони любили до всіх цих жахливих подій. Тому намагаюся знімати гарні фрістайл-відео, до яких звикла моя аудиторія, таким чином покращую настрій підписникам, нагадую, що потрібно жити тут і зараз». П. Майко стверджує, що «аудиторія насправді потребує всього українського. Затребувані всі теми, але не секрет, що найкраще зараз «залітає» контент про війну. Щодо заробітку – мій контент був майже немонетизований раніше. Оскільки почала заливати ролики на ютуб лише після 24 лютого, то мій дохід збільшився. З'явився ютуб – з'явилися гроші. Якщо дивитися загалом – ціна реклами зменшилась + партнерські публікації з ютубу приносять менше, ніж до 24 лютого. Але в найближчому майбутньому українська блогосфера почне стрімко розвиватися. Буде багатенько українського контенту, відповідно, ростиме конкуренція, а отже, неминучий розвиток. Передбачаю, на нас чекає розквіт українського ютубу, бо руснявий просто вмер» [13].

О. Федевич, відзначаючи важливість теми війни, зауважує, що «усе, що існувало колись, відійшло на другий план. Будь-яка інша інформація погано сприймається в такий час. А знімати про щось пересічне протягом першого місяця повномасштабного вторгнення не виходило, бо всі думки про війну. Сьогодні, як і завжди, люди потребують розважального контенту, адже є стресовий фактор. А гумористичні відео трошки розважають підписників, покращують настрій. Загалом мені подобається тенденція до витіснення російськомовного сегменту з нашого інфопростору. Це не може не радувати. Я вже рік веду тикток лише українською. Без сумніву, попит на українське тільки збільшу-

ватиметься. Не хочу наврочити, але надіюсь, що ця тенденція буде зберігатися. Певна річ, це допоможе підняти блогосферу на новий рівень. Наразі у нашому інфопросторі є достатньо ніш, які пора зайняти. Щодня з'являються нові блогери. Вони заповнюють український сегмент тим контентом, який до них ніхто не знімав». Важливими є висновки В. Гордієнка: «Значна частина блогерів змінила свій вектор руху, долучилася до інформаційної війни. Хтось збирає кошти на ЗСУ, хтось показує неадекватність росні. Блогосфера спрямована на нашу перемогу [13]. Аудиторія потребує контенту, який підтверджує думку, що українське – класно, який дає щось нове українське, дає нові українські сенси. Особливо це актуально для людей, які відмовилися від усього російського. Їм важливо утверджуватися, що все роблять правильно. Популярністю також користується контент, який доказує нікчемність російських блогерів, російських фільмів тощо. Постійно доводиться про це нагадувати. Щодо заробітку – на початку втратив один річний вигідний контракт, реклами майже не було. Тепер

потрохи рекламна індустрія відновлюється. При цьому суспільство підтримує, фінансово зокрема, за допомогою донатів. Думаю, українську блогосферу чекає розвиток: вона стане популярнішою, масштабнішою. Тільки вгору!» [13].

Висновки та перспективи подальших досліджень. Як висновок можна стверджувати, що створені необхідні передумови для якісно вищого рівня розвитку національної блогосфери. Необхідне теоретичне узагальнення вітчизняного і зарубіжного досвіду, зміни в системі професійної підготовки фахівців, посилення заходів для безпеки в інформаційному просторі. Блогологія має всі умови для утвердження і вирішення своїх завдань. Якщо це поняття остаточно утвердиться, зможемо говорити про окрему науку, яка буде займатися описом, аналізом причин, прогностичною оцінкою явищ. Думаємо, що в рамках цієї науки буде аналізуватися і блогосфера, яка з часом стане окремою наукою.

На нашу думку, блогологія – це наука про закономірності створення, поширення і впливу авторських текстів в електронних засобах інформації.

Список літератури

1. Варенко Т. Виховний потенціал студентських блогів / Т. Варенко // Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах : зб. наук. праць. – 2016. – Вип. 46 (99). – С. 54–60.
2. Грицаєнко Л. Основи красномовства : навч. посіб. / Л. Грицаєнко. – 2-ге вид., допов. – К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2018. – 260 с.
3. Демченко В. Дніпропетровська школа журналістикознавства та комунікативістики в контексті підготовки фахівців з масової комунікації (концептуальні та методологічні засади) / В. Демченко // Наукові записки інституту журналістики. – 2013. – Т. 52. – С. 171–174.
4. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості : підруч. / В. Здоровега. – 3-тє вид. – Львів : ПАІС, 2008. – 276 с.
5. Косович О. Інноваційні процеси в лексиці сучасної французької мови (на матеріалі онлайн-видань) : дис. д-ра філол. наук / О. Косович ; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 2015.
6. Кюблер Х.-Д. Міфи про суспільство знань / Х.-Д. Кюблер. – К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2010. – 264 с.
7. Лівіцька О. Блогінг і соціальні мережі [Електронний ресурс] / О. Лівіцька. – Режим доступу : <https://journal.iitta.gov.ua/index.php/itlt/issue/view/96>.
8. Літературознавча енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://archive.org/details/literaturознаvchat1/page/n363/mode/1up?view=theater>.
9. Медіасфера: локальне та глобальне : колективна монографія / за заг. ред. В. Демченка. – Дніпро : Журфонд, 2021. – 214 с.
10. Полумисна О. Електронна журналістика / О. Полумисна. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2014.
11. Рудик М. Сучасні тенденції розвитку журналістських жанрів у блогосфері / М. Рудик // Вісник Львівського університету. Серія «Журналістика». – 2019. – № 46. – С. 131–137.
12. Сарміна Г. Медіаконвергенція як чинник формування крос-медіа / Г. Сарміна // Наукові записки Інституту журналістики. – 2017. – Т. 1 (66). – С. 86–92.
13. Созанська Я. Блогосфера під час війни: що змінилося і яке майбутнє популярної професії [Електронний ресурс] / Я. Созанська – Режим доступу : <https://mediavista.com.ua/archives/4475>.
14. Чекмишев О. Основи якісного блогерства [Електронний ресурс] / О. Чекмишев, Л. Ярошенко. – Режим доступу : http://www.prostir-monitor.org/foto/mtree/2014/03/Blog_CS4_48str.pdf.
15. Шебештян Я. «Мова ворожнечі» термінологічний (нон)сєнс [Електронний ресурс] / Я. Шебештян, Г. Шаповалова. – Режим доступу : <https://mediavista.com.ua/archives/2833>.

References

1. Varenko, T. (2016). Vykhovnyi potentsial studentskykh blohiv [Educational potential of student blogs]. Pedagogika formuvannya tvorchoi osobystosti u vyshchii i zahalnoosvitnii shkolakh – Pedagogy of creative personality formation in higher and secondary schools, 46(99), 54-60 [in Ukrainian].
2. Hrytsaienko, L. (2018). *Osnovy krasnomovstva [The basics of eloquence]. (2 nd. ed.)*. Kyiv: Vydavnychi dim Dmytra Buraho [in Ukrainian].
3. Demchenko, V. (2013). Dnipropetrovska shkola zhurnalistykoznavstva ta komunikatyvistyky v konteksti pidhotovky fakhivtsiv z masovoi komunikatsii (kontseptualni ta metodolohichni zasady) [Dnipropetrovsk School of Journalism and Communicative Studies in the context of mass communication specialist training (conceptual and methodological foundations)]. *Naukovi Zapysky Instytutu Zhurnalistyky – Scientific Notes of the Institute of Journalism*, 52, 171-174 [in Ukrainian].
4. Zdoroveha, V. (2008). *Teoriia i metodyka zhurnalistyky tvorchosti [Theory and methodology of journalistic creativity]. (3 nd. ed.)*. Lviv: PAIS [in Ukrainian].
5. Kosovych, O. (2015). Innovatsiini protsesy v leksytsii suchasnoi frantsuzkoi movy (na materialy onlainovykh vydan) [Innovative processes in the vocabulary of the modern French language (based on the material of online publications)]. (*Dys. d-ra filol. nauk*). Kyiv: Nats. un-t im. Tarasa Shevchenka [in Ukrainian].
6. Kiubler, Khans-Diter (2010). *Mify pro suspilstvo znan [Myths about the knowledge society]*. Kyiv: Vydavnychi dim Dmytra Buraho [in Ukrainian].
7. Livitska, O. Blohinh i sotsialni merezhi [Blogging and social networks]. Retrieved from: <https://journal.iitta.gov.ua/index.php/itlt/issue/view/96> [in Ukrainian].
8. Literaturoznavcha entsyklopediia [Literary encyclopedia]. Retrieved from: <https://archive.org/details/literaturoznavchat1/page/n363/mode/1up?view=theater> [in Ukrainian].
9. Demchenko, V. (Ed.). (2021). *Mediasfera: lokalne ta hlobalne [Media sphere: local and global]*. Dnipro: Zhurfond [in Ukrainian].
10. Polumysna, O. (2014). Elektronna zhurnalistyka [Electronic journalism]. Kharkiv: KhNU imeni V.N. Karazina [in Ukrainian].
11. Rudyk, M. (2019). Suchasni tendentsii rozvytku zhurnalistykykhzhanriv u blohosferi [Modern trends in the development of journalistic genres in the blogosphere]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriya zhurnalistyka – Bulletin of Lviv University. Journalism series*, 46, 131-137 [in Ukrainian].
12. Sarmina, H. (2017). Mediakonverhentsiia yak chynnyk formuvannya kros-media [Media convergence as a factor in cross-media formation]. *Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky – Scientific notes of the Institute of Journalism*, 1(66), 86-92 [in Ukrainian].
13. Sozanska, Ya. Blohosfera pid chas viiny: shcho zminylosia i yake maibutnie populiarnoi profesii [The blogosphere during the war: what has changed and what is the future of the popular profession]. Retrieved from: <https://mediavista.com.ua/archives/4475> [in Ukrainian].
14. Chekmyshev, O., & Yaroshenko, L. Osnovy yakisnoho blogerstva [Basics of quality blogging]. Retrieved from: http://www.prostir-monitor.org/foto/mtree/2014/03/Blog_CS4_48str.pdf [in Ukrainian].
15. Shebeshtian, Ya., & Shapovalova, H. «Mova vorozhnechi» terminolohichni (non)sens [“Hate speech” is terminological (non)sense]. Retrieved from: <https://mediavista.com.ua/archives/2833> [in Ukrainian].

Отримано 22.08.22
Рекомендовано 02.09.22

Електронна адреса для листування: gnatyshyn@tdmu.edu.ua