

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
Інститут права, психології та інноваційної освіти
Кафедра журналістики та засобів масової комунікації



Дипломна робота
освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» на тему:

«ОСОБЛИВОСТІ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БЛОГЕРА»

Виконала(-в):
ст. гр. ЖР-42с
напряму 6.030301 «Журналістика»
Демчишин Вероніка Василівна

Науковий керівник:
Макарчук О.Г., д.н.із соц.ком.. проф. КЖЗМК

Рецензент:
Галаджун З.В., к.н.із соц.ком. доц. КЖЗМК

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

Інститут ІШПО
Кафедра ЖЗМК
Спеціальність 061 «Журналістика»

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Завідувач кафедри ЖЗМК
Зоряна ГАЛАДЖУН

«24» квітня 2025 р.

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу студента(-ки) групи ЖР-42 ОКР «бакалавр»

1. Прізвище, ім'я, по батькові студента(-ки) Демчишин Вероніка Василівна
2. Тема бакалаврської роботи «Особливості журналістської діяльності блогера»

затверджена наказом по університету № 1420-4-08 від 24.04.2025 р.

3. Дата подання на кафедру закінченої та оформленої роботи _____

4. Конкретні завдання бакалаврської роботи:

- 1). Розкрити теоретичні основи журналістської діяльності блогера
- 2). Здійснити аналіз організації блогерської діяльності
- 3). Дослідити вплив блогерів на сучасний інформаційний простір

5. Керівник роботи Макарчук О.Г., д.н.із соц.ком.. проф. КЖЗМК
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

1. КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної (дипломної) роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Написання вступу роботи	12.05.2025-13.05.2025	
2	Написання 1-го розділу роботи	14.05.2025-18.05.2025	
3	Написання 2-го розділу роботи	19.05.2025 – 25.05.2025	
4	Написання 3-го розділу роботи	26.05.2025 – 30.05.2025	
5	Написання висновків роботи	31.05.2025-	
6	Подання електронного варіанту роботи для перевірки на академічний плагіат	02.06.2025	
7	Подання готової опалітуреної роботи на кафедру	09.06.2025	

Студент _____ Демчишин В.В.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник _____ Макарчук О.Г.
(підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Демчишин В. В., науковий керівник роботи Макарчук О. Г. Особливості журналістської діяльності блогера. Бакалаврська кваліфікаційна робота. - Національний університет «Львівська політехніка». Львів 2025.

Об'єктом дослідження є блогерська діяльність як сучасне інформаційне явище.

Предмет дослідження – журналістські аспекти блогерської діяльності, зокрема її жанрові характеристики, етичні засади та вплив на інформаційний простір.

Метою кваліфікаційної роботи є визначення специфіки журналістської діяльності блогерів, аналізі їхнього впливу на інформаційний простір

У результаті дослідження з'ясовано поняття та журналістську сутність блогерства, визначено жанрові особливості контенту блогерів, проаналізовано взаємодію блогерів із традиційними засобами масової інформації, досліджено інструменти й платформи для створення блогів, вивчено методи залучення та утримання аудиторії, охарактеризовано етичні засади блогерської діяльності, оцінено вплив блогерів на формування суспільної думки, а також сформульовано практичні рекомендації щодо вдосконалення діяльності блогерів у межах журналістської практики.

Ключові слова: блогерська діяльність, журналістика, медіа, інформаційний простір, етика блогера.

Перелік використаних джерел:

1. Гуляк К. Блогерство як елемент сучасної інформаційної індустрії / Гуляк К, Опар Н // International Scientific and Practical Conference, Manchester, 2023. – С. 49–51.
2. Пиголенко І. В. Роль блогерства у формуванні інформаційного простору в сучасному українському соціумі / Пиголенко І. В. // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. - 2022. - № 95. -С. 27-35.
3. Почепцов Г. Г. Токсичний інфопростір. Як зберегти ясність мислення і свободу дії / Почепцов Г. Г. – Харків : Віват, 2022. – 384 с.
4. Стеблина Н. Етика у сфері соціальних комунікацій : навч. посіб. / Стеблина Н. – Львів, 2014. – 227 с.
5. Ярощук С. Вплив інфлюенсерів на формування суспільної думки. URL: <https://ur.knute.edu.ua/server/api/core/bitstreams/47094e8b-0e1f-438a-8b32-96df6f3594a6/content> (дата звернення: 15.04.2025).

ABSTRACT

Demchyshyn V. V., scientific advisor: Makarchuk O. H. Peculiarities of Journalistic Activity of a Blogger. Bachelor's Thesis. – Lviv Polytechnic National University. Lviv, 2025.

The object of the research is blogging activity as a modern informational phenomenon.

The subject of the research is the journalistic aspects of blogging, in particular its genre characteristics, ethical principles, and influence on the information space.

As a result of the research, the concept and journalistic essence of blogging were clarified, the genre-specific features of bloggers' content were identified, the interaction between bloggers and traditional mass media was analyzed, the tools and platforms for creating blogs were examined, methods of attracting and retaining an audience were studied, the ethical principles of blogging activity were characterized, the influence of bloggers on the formation of public opinion was assessed, and practical recommendations for improving bloggers' activity within the framework of journalistic practice were formulated.

Keywords: blogging activity, Journalism, media, information space, blogger ethics.

List of References:

1. Hulyak K., Opar N. Blogging as an Element of the Modern Information Industry // *International Scientific and Practical Conference*, Manchester, 2023. – P. 49–51.
2. Pyholenko I. V. The Role of Blogging in Shaping the Information Space in Modern Ukrainian Society // *Social Technologies: Current Issues of Theory and Practice*. – 2022. – No. 95. – P. 27–35.
3. Pocheptsov H. H. Toxic Information Space: How to Maintain Clarity of Thought and Freedom of Action / Pocheptsov H. H. – Kharkiv: Vivat, 2022. – 384 p.
4. Steblina N. Ethics in the Field of Social Communications: Textbook / Steblina N. – Lviv, 2014. – 227 p.
5. Yaroshchuk S. The Influence of Influencers on the Formation of Public Opinion. URL: <https://ur.knute.edu.ua/server/api/core/bitstreams/47094e8b-0e1f-438a-8b32-96df6f3594a6/content> (accessed: 15.04.2025).

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1.ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БЛОГЕРА.....	9
1.1 Визначення та сутність блогерства у контексті журналістики	9
1.2. Жанрові особливості контенту блогерів	14
1.3. Взаємодія блогерів із традиційними медіа	17
Висновок до першого розділу	21
РОЗДІЛ 2.ОРГАНІЗАЦІЯ БЛОГЕРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	23
2.1. Інструменти та платформи для створення блогів	23
2.2. Методи формування аудиторії та утримання уваги	28
2.3. Принципи етичної діяльності блогерів	34
Висновок до другого розділу.....	39
РОЗДІЛ 3.ВПЛИВ БЛОГЕРІВ НА СУЧАСНИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР.....	41
3.1. Аналіз ролі блогерів у формуванні суспільної думки	41
3.2. Порівняння блогерської діяльності в Україні та інших країнах	46
3.3. Рекомендації щодо вдосконалення журналістської діяльності блогерів	50
Висновок до третього розділу	54
ВИСНОВКИ	56
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	58

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасному цифровому світі блогерство стало не просто формою особистої самореалізації в інтернеті, а впливовим інформаційним каналом, що конкурує з традиційними засобами масової інформації. Завдяки розвитку соціальних мереж та відеоплатформ, блогери отримали змогу оперативно поширювати інформацію, формувати громадську думку та впливати на соціально-політичні процеси. Водночас блогерська діяльність дедалі більше перетинається з журналістикою як за форматом подачі матеріалів, так і за функціями впливу на суспільство.

Попри значну увагу до феномену блогерства, досі триває дискусія щодо його правового статусу, етичних стандартів та жанрових меж у контексті журналістики. Нестача чітких критеріїв та регламентів створює загрози як для якості контенту, так і для довіри аудиторії. Враховуючи зростаючу роль блогерів у медіапросторі, постає необхідність системного аналізу їхньої діяльності з позиції журналістики, зокрема дослідження взаємозв'язку між традиційними медіа та блогерами, жанрових особливостей їхнього контенту, організаційних аспектів і етичних принципів. Саме ці обставини зумовлюють актуальність обраної теми.

Мета і завдання дослідження. Мета дослідження полягає у визначенні специфіки журналістської діяльності блогерів, аналізі їхнього впливу на інформаційний простір і розробці рекомендацій щодо професіоналізації блогерської діяльності у контексті журналістських стандартів. Для досягнення цієї мети передбачено виконання таких завдань:

- з'ясувати поняття та журналістську сутність блогерства;
- визначити жанрові особливості контенту блогерів;
- проаналізувати взаємодію блогерів із традиційними ЗМІ;
- дослідити інструменти й платформи для створення блогів;
- вивчити методи залучення та утримання аудиторії;
- охарактеризувати етичні засади блогерської діяльності;

- оцінити вплив блогерів на формування суспільної думки;
- порівняти особливості блогінгу в Україні та за кордоном;
- сформулювати практичні рекомендації щодо вдосконалення діяльності блогерів у межах журналістської практики.

Об’єкт і предмет дослідження. Об’єктом дослідження є блогерська діяльність як сучасне інформаційне явище. Предметом дослідження виступають журналістські аспекти блогерської діяльності, зокрема її жанрові характеристики, етичні засади та вплив на інформаційний простір.

Методи дослідження. Для реалізації поставлених завдань використано низку загальнонаукових і спеціальних методів: порівняльний аналіз для зіставлення блогінгу з традиційною журналістикою; контент-аналіз – для вивчення жанрових особливостей блогів; соціологічне опитування – для аналізу впливу блогерів на аудиторію; кейс-метод – для дослідження конкретних прикладів блогерської активності в Україні та інших країнах.

Методологічна і теоретична основа дослідження. Методологічну основу становлять праці з теорії журналістики та новітніх медіа, зокрема концепції таких авторів, як: Гуляк К. – в галузі масової комунікації; Виговська Н. – з питань медіаосвіти; Поцепцов Г. – щодо функцій медіа; Мазурек Г. – у сфері соціальних мереж та блогінгу; Пиголенко І. – з аналізу впливу медіа на культуру.

Наукова новизна одержаних результатів. Наукова новизна дослідження полягає в комплексному аналізі блогерської діяльності крізь призму журналістики та виокремленні особливостей їхньої взаємодії. У роботі запропоновано авторське бачення критеріїв журналістської відповідальності блогера, а також подано класифікацію жанрів блогерського контенту на основі функцій та цільової аудиторії.

Практичне значення одержаних результатів. Матеріали дослідження можуть бути використані для подальших наукових розвідок у сфері журналістики, цифрових комунікацій, а також при розробці навчальних програм з медіаосвіти, курсів із цифрової журналістики та підготовки блогерів як медіафахівців.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається з вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Основний обсяг кваліфікаційної роботи – 42 сторінки. Список використаних джерел налічує 45 найменувань (викладених на чотирьох сторінках).

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БЛОГЕРА

1.1 Визначення та сутність блогерства у контексті журналістики

Блогерство, як феномен сучасного інформаційного простору, виникло на перетині особистої творчості та масової комунікації. Основою блогерства є створення авторського контенту, який поширюється через цифрові платформи, такі як соціальні мережі, відеохостинги та персональні блоги. Блогери – це люди, які ведуть блоги, створюють пости, відео чи інший контент, що приваблює певну аудиторію та стимулює взаємодію з нею. Завдяки широкому доступу до цифрових інструментів створення контенту, блогерство стало доступним для будь-кого, хто має бажання висловлювати свої думки та ділитися досвідом із широким колом людей.

Поняття «блог» походить від англійського слова «web log», що буквально означає «мережевий журнал». Спочатку блоги були простими цифровими щоденниками, де автори ділилися своїми думками, подіями та спостереженнями. Згодом блогерство почало охоплювати різні формати, такі як текстові статті, відео, подкасти та фотозвіти, що дозволило значно розширити можливості спілкування з аудиторією. Сьогодні блогерство є важливим елементом інформаційного суспільства, адже блогери почали висвітлювати суспільно значущі події, обговорювати політичні, економічні та соціальні проблеми, впливати на громадську думку [5, с. 198].

Основною відмінністю між блогерством і журналістикою є рівень професійної підготовки та дотримання етичних стандартів. Журналістика – це професійна діяльність, яка передбачає ретельний збір, обробку та поширення інформації відповідно до принципів об'єктивності, достовірності та неупередженості. Журналісти зобов'язані перевіряти факти, слідкувати за збалансованістю інформації та надавати різні точки зору на одне питання. Вони також діють в межах чітко визначених етичних норм та мають відповідальність перед суспільством. Крім того, діяльність журналістів регулюється

законодавчими нормами та внутрішніми правилами медіаорганізацій, що забезпечує високий рівень достовірності поширюваної інформації.

На відміну від журналістів, блогери не завжди дотримуються таких стандартів. Їх діяльність часто є більш суб'єктивною, оскільки блогери висловлюють власні думки, ідеї та погляди, а не лише інформують. Це дозволяє створювати контент із унікальним стилем та точкою зору, яка приваблює аудиторію, що шукає нестандартні або особисті перспективи. Суб'єктивність є однією з переваг блогерства, адже дозволяє надавати контенту більш емоційну або творчу забарвленість, що відрізняє його від більш стриманих та стандартних публікацій у традиційних медіа.

З іншого боку, ця свобода в блогерстві також має свої ризики, оскільки відсутність контролю за фактичністю інформації може призводити до поширення недостовірних даних. Блогери не зобов'язані дотримуватися редакційних стандартів, що надає їм більшу свободу у виборі тем та способів їх висвітлення. Проте саме ця свобода є основною причиною того, чому блогери часто здатні швидше реагувати на події, створюючи контент у реальному часі. Це дає їм значну перевагу в оперативності порівняно з традиційними медіа.

Однією з особливостей блогерства є те, що сучасна аудиторія часто сприймає блогерів як джерело достовірної інформації. Завдяки тому, що блогери можуть мати великий вплив на своїх підписників, вони стають конкурентами для традиційних медіа. Блогери можуть бути сприйняті як більш "наближені" до аудиторії, оскільки їхні матеріали часто відображають особисті погляди, історії та переживання. Це дозволяє їм створювати глибший емоційний зв'язок з підписниками, що є важливим аспектом їх популярності.

Попри значні відмінності, блогерство і журналістика мають спільні риси. Обидві сфери займаються поширенням інформації серед широкої аудиторії, формуючи громадську думку та обговорюючи важливі соціальні питання. Як блогери, так і журналісти повинні відповідати на запити своєї аудиторії, надавати актуальну та цікаву інформацію, а також створювати контент, який

буде зрозумілий і корисний для людей. Обидві групи мають важливу роль у забезпеченні доступу до інформації та формуванні образу подій у суспільстві.

Важливою спільною рисою є інформаційна активність. Як блогери, так і журналісти постійно створюють новий контент, швидко реагують на події та висвітлюють різні аспекти суспільного життя. Це дозволяє підтримувати високий рівень залученості аудиторії і підтримувати постійну інформаційну активність. Обидва формати мають свою роль у медіапросторі, а їх взаємодія дозволяє досягати більш широкого охоплення та кращої доступності інформації для різних груп користувачів.

З появою блогерства журналістика зазнала значних змін. Основними чинниками впливу є швидкість реагування на події, залучення аудиторії та відсутність жорсткої редакційної політики у блогерів. Блогери часто повідомляють про події значно швидше, ніж традиційні ЗМІ, завдяки меншій бюрократизації процесів та прямому доступу до платформ для публікації. Це змушує традиційні медіа адаптуватися до нових умов, впроваджувати мультимедійні формати, використовувати соціальні мережі для поширення контенту та активніше взаємодіяти з аудиторією [6, с. 50].

Завдяки особистому підходу до створення контенту блогери часто мають більш тісний зв'язок із аудиторією, ніж журналісти, що працюють у великих медіа-компаніях. Взаємодія блогера з підписниками відбувається безпосередньо, через коментарі та особисті повідомлення, що створює атмосферу довіри та лояльності. У той час як журналісти представляють інтереси редакцій, блогери зазвичай висловлюють власну думку та діляться особистим досвідом, що робить їх контент більш автентичним і доступним для широкого кола людей [2].

Одним із важливих аспектів блогерства є громадянська журналістика. Це явище виникло тоді, коли звичайні люди, які не є професійними журналістами, почали активно висвітлювати події навколо себе. Громадянські журналісти можуть оперативно реагувати на ситуації, публікувати фото та відео з місця подій, що часто робить їх інформацію першоджерелом. Завдяки мобільним технологіям та соціальним мережам громадянська журналістика стала важливим

джерелом інформації, особливо у кризових ситуаціях, коли традиційні медіа не мають можливості швидко отримати доступ до місця подій.

Громадянська журналістика дозволяє отримувати більш різноманітні точки зору на події, однак водночас створює ризик поширення неправдивої або неперевіреної інформації. Через відсутність професійної підготовки у громадянських журналістів вони не завжди дотримуються стандартів перевірки фактів, що може призводити до поширення чуток або маніпуляцій. Це ставить питання про необхідність розробки етичних норм для блогерів та громадянських журналістів, що дозволить підвищити рівень довіри до їхньої інформації.

Етика є важливим компонентом професійної журналістики, тоді як у блогерстві цей аспект часто нехтується. Основними етичними викликами блогерства є достовірність інформації, об'єктивність та відповідальність за публікацію. Блогери нерідко публікують інформацію без перевірки фактів, що може призводити до поширення дезінформації або упереджених суджень. Об'єктивність у блогерстві також є проблематичною, оскільки багато блогерів подають суб'єктивну точку зору, що може спотворювати сприйняття подій аудиторією. Відсутність відповідальності за контент створює ризики для суспільства, адже неправильна або неповна інформація може впливати на прийняття рішень людьми [3, с. 62].

Попри конкуренцію між блогерством і журналістикою, ці дві сфери значною мірою взаємозалежні. Журналісти часто використовують інформацію, яку публікують блогери, як джерело для своїх матеріалів, особливо у випадках, коли йдеться про ексклюзивний контент або події, що відбуваються у важкодоступних місцях. Водночас блогери можуть брати за основу своїх публікацій журналістські розслідування чи аналітичні статті, додаючи до них власні коментарі та оцінки. Це створює своєрідний симбіоз між двома інформаційними каналами, що дозволяє підвищити якість та оперативність поширення інформації.

З розвитком технологій блогерство продовжує набирати популярності, що ставить перед журналістикою нові виклики. Інтернет та соціальні медіа

забезпечили блогерам простір для вираження власних думок, ідеї та новин у режимі реального часу, що зробило їх впливовими учасниками інформаційного простору. Зокрема, блогери стали важливою альтернативою традиційним медіа, зокрема в тих сферах, де журналісти не завжди можуть забезпечити таку оперативність або доступність до нових тем. Водночас інтеграція блогерів у професійні медіа стала ключовим напрямом розвитку, що дозволяє об'єднати кращі риси обох сфер – оперативність і особистий підхід блогерів з професійністю та об'єктивністю журналістів.

Одним із найбільш очевидних результатів інтеграції блогерів у медіапростір є перехід деяких блогерів на роботу у традиційні ЗМІ, де вони використовують свою популярність для створення нових форматів і контенту. Блогери, в свою чергу, не лише здобувають нові можливості, але й допомагають медіа створювати контент, орієнтуючись на молодшу, більш технологічно обізнану аудиторію. Іншим варіантом є створення власних медіа-проектів, де блогери можуть повною мірою реалізувати свої ідеї, поєднуючи професіоналізм і неформальний підхід, що приваблює широку аудиторію.

З одного боку, журналістика змушена адаптуватися до нових умов, намагаючись утримати свою актуальність та професіоналізм в умовах швидко змінюваного інформаційного ландшафту. Одним із важливих напрямків є використання мультимедійних форматів, що дозволяє створювати більш різноманітний і динамічний контент. Також ЗМІ активно включають соціальні мережі для залучення молодшої аудиторії та створення контенту, орієнтованого на взаємодію з читачами, зокрема через коментарі та голосування. Це дозволяє медіа залишатися на піку уваги та відповідати на потреби споживачів новин, що стають все більш інтерактивними.

Одним із перспективних напрямів є створення інтерактивного контенту, який дозволяє користувачам активно взаємодіяти з матеріалами, створюючи більш глибокий рівень залученості та довіри до журналістських публікацій. Це може включати можливість залишати коментарі, ставити запитання або брати участь у формуванні подальших тем. Такі формати підвищують довіру до медіа,

а також сприяють залученню нових читачів, котрі відчують себе частиною процесу створення новин. Зокрема, це дозволяє медіа не тільки реагувати на зміни, але й активно брати участь у формуванні суспільної думки.

Блогерство та журналістика є невід'ємними складовими сучасного інформаційного суспільства. Обидва ці явища тісно взаємодіють між собою, збагачуючи один одного новими підходами і форматами. Блогерство стало важливим альтернативним джерелом інформації, яке вільно функціонує поза рамками традиційних медіа. Однак, для його розвитку необхідно зосередити увагу на питаннях етики та достовірності контенту, оскільки саме ці аспекти можуть стати визначальними для того, чи стане блогерство таким же надійним джерелом інформації, як і традиційна журналістика.

1.2. Жанрові особливості контенту блогерів

Жанрові особливості контенту блогерів є важливим аспектом, який відображає не лише стиль і формат подачі матеріалів, але й допомагає встановити ефективну комунікацію між блогером та його аудиторією. Кожен блогер вибирає певні жанри контенту залежно від своєї мети, типу діяльності, цільової аудиторії та особливостей платформи. Блогерський контент можна класифікувати за багатьма категоріями, включаючи розважальний, освітній, інформаційний, експертний, оглядовий, гумористичний та інші жанри, що взаємодіють один з одним, забезпечуючи багатогранність контенту. Однак, незважаючи на величезну різноманітність форматів, кожен жанр має свої унікальні характеристики, що визначають спосіб його створення, сприйняття та ефективність у комунікації з аудиторією.

Загалом, жанрові особливості контенту блогерів тісно пов'язані з типами контенту, якими вони користуються для досягнення своєї аудиторії. Одним із найбільш поширених і ефективних способів передачі інформації є відео контент. Відео дозволяє блогеру виразити себе через не лише слова, але й через міміку, інтонацію, монтаж, що додає емоційного забарвлення і створює більш інтимну атмосферу для взаємодії з глядачем. Такі жанри, як відеоблоги, огляди товарів,

влоги з подорожей, якість і стиль подачі контенту в яких мають бути адаптовані до специфіки платформи (YouTube, TikTok, Instagram), дозволяють залучати увагу завдяки динаміці та креативному підходу до відеоформату. Відео може бути розважальним або інформаційним, мати гумористичний чи серйозний характер, залежно від того, як блогер хоче донести свою ідею. Можна помітити, що останнім часом короткі відео, які тривають до 60 секунд, стають все більш популярними, через що жанр швидкого контенту розвивається і значно змінюється. Цей жанр вимагає швидкої передачі основної думки, мінімізації зайвих деталей і фокусу на емоціях, а також здатності утримувати увагу протягом короткого часу.

Статичний контент, такий як текстовий матеріал, фотографії чи графіка, є основним інструментом для блогерів, які створюють пости в соціальних мережах або публікують блогерські статті. Текстовий контент може бути як інформаційним, так і оглядовим, залежно від жанру та мети публікації. Блогери, що працюють в розважальних або гумористичних жанрах, зазвичай використовують легку та неформальну мову, орієнтуючись на розвагу та залучення широкої аудиторії. В той час як професійні чи освітні блоги потребують серйознішої лексики і структурованого підходу до подачі інформації.

Один з ключових аспектів статичного контенту — це стилістика письма, яка має відповідати характеру блогу. Текст може бути як коротким і лаконічним, так і глибоким та аналітичним. Блогери, здатні подати складні теми простими словами, часто стають надійними інформаторами для своїх підписників, пояснюючи навіть технічні чи складні питання доступно. Завдяки такій здатності донести інформацію до широкого кола людей, їх контент набуває великої популярності, а їхні пости стають не лише цікавими, а й корисними для тих, хто хоче розширити свої знання з різних питань.

В контексті жанрових особливостей можна згадати також важливість гнучкості мовлення, яка є характерною для блогерів, що створюють мультимедійний контент. Сучасні блогери використовують поєднання тексту,

фото, відео та аудіо для того, щоб підкріпити свої ідеї різними формами виразу, таким чином адаптуючи свої пости під різні інтереси та переваги аудиторії. Технічна можливість поєднувати різні жанри та формати контенту дає величезну свободу для творчості, але й вимагає від блогера гарного розуміння того, як кожен формат може бути використаний найкращим чином для досягнення бажаного ефекту. Так, у контексті платформи Instagram, де популярні фотографії та Stories, важливим є вміння комунікувати через візуальний контент, при цьому у TikTok або YouTube важливу роль відіграють динамічні відео [7; 8].

Цільова аудиторія є ще одним важливим фактором, який визначає жанрові особливості контенту блогерів. Блогери часто адаптують свій контент під конкретні категорії глядачів, що має великий вплив на характер їхнього матеріалу. Наприклад, контент для молодшої аудиторії буде мати більш розважальний характер, з використанням трендів, мемів і швидкого темпу, що підходить для відео на платформі TikTok чи Instagram. Тоді як блогери, що працюють з професіоналами або фахівцями в певній галузі, створюють більш структуровані та аналітичні матеріали, що зосереджені на важливих аспектах професійної діяльності [21, с. 119]. Відповідно, жанр контенту в цьому випадку буде орієнтований на інформативність, експертність та професіоналізм, часто доповнюється інтерв'ю, освітніми вебінарами чи подкастами, що дозволяють глибше розкрити тему.

Окрім цього, тенденція до постійних змін в технологіях і соціальних мережах постійно впливає на жанри контенту. Наприклад, у зв'язку з популярністю мобільних пристроїв та скороченням часу уваги глядачів, з'являються нові жанри, пов'язані з короткими форматами — так звані «мікровідео», що швидко здобувають популярність. Вони вимагають від блогерів здатності до швидкого та точного донесення основної ідеї. У цьому контексті жанрові особливості контенту змінюються і адаптуються до нових вимог соціальних платформ. Наприклад, жанр контенту на YouTube значно змінився з появою коротких відео, що має підвищену попит через швидкість перегляду та зручність для мобільних користувачів.

Також варто згадати про підвищену значимість інтерактивних форм контенту, які дають можливість блогерам безпосередньо взаємодіяти з підписниками. Жанри, що включають в себе питання та відповіді, конкурси, прямі ефіри, дозволяють блогерам отримувати зворотній зв'язок і налаштовувати свою стратегію, щоб задовольняти потреби та інтереси аудиторії. Це дозволяє створювати більш персоналізовану взаємодію, а також сприяє розвитку нових жанрів, де блогери стають не лише мовцями, а й учасниками діалогу, що значно збільшує ефективність їх комунікації.

Не можна також оминати увагою виникнення нових жанрів, пов'язаних із взаємодією брендів та блогерів. Це може бути рекламний контент, який маскується під особисті блоги або огляди, що дозволяє брендам проникати в повсякденний контент блогерів. У таких випадках важливо розуміти жанрові кордони між комерційним та нефінансовим контентом, щоб не викликати недовіри у підписників. Цей процес створює нові жанрові форми, такі як «реклама через розповіді», які можуть виглядати як органічна частина контенту, але насправді мають комерційне підґрунтя [15].

Загалом, жанрові особливості контенту блогерів — це важливий інструмент для створення успішної стратегії комунікації з аудиторією. Вибір жанру значною мірою залежить від того, які цілі ставить перед собою блогер, яку аудиторію він хоче залучити та на якій платформі працює. Жанри контенту змінюються та адаптуються залежно від технологій, трендів і переваг користувачів, що робить цю сферу надзвичайно динамічною і цікавою для дослідження.

1.3. Взаємодія блогерів із традиційними медіа

У сучасному медіапейза, що постійно змінюється під впливом новітніх технологій та змін у поведінці споживачів, взаємодія блогерів з традиційними медіа стала надзвичайно важливою темою. Раніше традиційні медіа мали

монополію на поширення новин і інформації, проте з розвитком соціальних мереж блогери отримали можливість створювати та поширювати контент без будь-яких обмежень чи редакційних фільтрів. Це дозволило їм швидко реагувати на події, формуючи власну точку зору та залучаючи аудиторію, яка більше не залежить від традиційних джерел новин.

Із часом стало очевидно, що інтеграція цих двох медіасвітів необхідна для збереження актуальності та взаємного впливу. Блогери почали активно взаємодіяти з традиційними медіа, що дозволило обом сторонам створювати більш багатогранний та гнучкий підхід до інформаційного простору. Традиційні медіа стали залучати блогерів як джерела для новин та контенту, водночас блогери здобули можливість підвищити свій авторитет, співпрацюючи з більш установленими медіа-ресурсами. Це співробітництво стало основою для нової медіаекосистеми, де швидкість і гнучкість соціальних мереж поєднуються з досвідом і авторитетом традиційних медіа.

Історія взаємодії блогерів і традиційних медіа почалася з моменту, коли перші блогери стали впливовими особами в медіапросторі. Спочатку традиційні медіа не сприймали блогерів серйозно, зважаючи на їхні неформальні, часто суб'єктивні підходи до подачі інформації. Блогери були відомі тим, що публікували матеріали без редакційної перевірки, що підривало стандарти традиційної журналістики, яка традиційно орієнтувалася на факти та аналіз. Традиційні медіа бачили в цьому конкуренцію, оскільки блогери могли створювати контент набагато швидше і доступніше, оминаючи бюрократичні процеси в редакціях. Однак з часом, блогери змогли завоювати значну аудиторію, і їхній вплив почав ставати все більш відчутним. Традиційні медіа, зрозумівши значення блогерів у формуванні громадської думки, почали звертати увагу на їхній контент. Блогери почали співпрацювати з журналістами, обмінюватися ідеями, і навіть писати для традиційних медіа, а ті в свою чергу стали використовувати блогерів як джерела інформації та експертів у певних галузях [11, с. 145].

Ключовим моментом взаємодії є співпраця, яка має кілька форм. По-перше, блогери активно пишуть для традиційних медіа, що дозволяє їм привносити нові, нестандартні ідеї у журналістику, зберігаючи при цьому свою унікальність. Блогери можуть приносити свіжий погляд на події, пропонувати нові підходи до висвітлення інформації, а традиційні медіа, у свою чергу, здатні надати їм платформу для більш широкої аудиторії. По-друге, блогери можуть брати участь у телешоу, радіопередачах, інтерв'ю та інших форматах традиційних медіа, що дозволяє їм вийти за межі своїх онлайн-акаунтів і отримати більший вплив. З іншого боку, медіа-компанії можуть використовувати блогерів для розвитку власних платформ у соціальних мережах, залучаючи їх як посередників між медіа та аудиторією. Таке співробітництво дозволяє традиційним медіа зміцнити свою позицію на ринку, оскільки вони отримують доступ до нових, відданих аудиторій блогерів.

Проте є й інші аспекти взаємодії блогерів і традиційних медіа, зокрема конкуренція. Блогери створюють контент, який набирає популярності через соціальні мережі, що дає їм безпосередній доступ до великої кількості людей без допомоги традиційних медіа. Тому традиційні медіа намагаються знайти способи зберегти свою аудиторію та позиції на ринку, інтегруючи нові формати, такі як блоги, підкасти або відео-канали. Блогери, в свою чергу, можуть конкурувати з медіа компаніями за увагу аудиторії, використовуючи швидкість та безпосередній контакт з підписниками, що дозволяє їм створювати новини в реальному часі, в той час як традиційні медіа можуть потребувати більше часу на перевірку фактів і підготовку матеріалів. Така конкуренція стимулює традиційні медіа адаптувати свої стратегії і впроваджувати нові підходи, щоб залишатися релевантними та ефективними.

Соціальні медіа значно змінили медіапростір, надаючи блогерам можливість створювати та миттєво поширювати контент безпосередньо серед своїх підписників. Це стало можливим завдяки відсутності фільтрів редакцій чи журналістських стандартів, які традиційно контролюють інформацію в традиційних медіа. В результаті соціальні мережі стали важливим інструментом

для блогерів, що дозволяє їм швидко реагувати на події та напряду комунікувати з аудиторією. Традиційні медіа змушені адаптуватися до цієї нової реальності, часто інтегруючи елементи соціальних мереж у свої новини, аби не відставати від змінюваних запитів сучасної аудиторії.

З розвитком технологій соціальні мережі стали потужним інструментом, який дозволяє блогерам швидко передавати новини в реальному часі, що робить їх конкурентами для традиційних медіа. Блогери, через свою безпосередню взаємодію з підписниками, можуть миттєво реагувати на актуальні події, обираючи ті теми, що найбільше цікавлять їхню аудиторію. Це кардинально змінює роль традиційних медіа, які, хоча і залишаються важливими джерелами інформації, все більше залежать від швидкості та актуальності матеріалів, що надходять з соціальних мереж.

Взаємодія блогерів і традиційних медіа є важливим фактором у формуванні громадської думки. Блогери можуть бути авторитетами в певних галузях, таких як політика, культура або бізнес, і саме їхня точка зору часто впливає на сприйняття подій аудиторією. Це дозволяє їм формувати думки, які, в свою чергу, можуть мати великий вплив на публічні настрої та суспільні процеси. Традиційні медіа, зі свого боку, змушені брати до уваги цей новий вплив і залучати блогерів як джерела інформації або навіть як партнерів для створення контенту.

У контексті цієї взаємодії традиційні медіа все більше співпрацюють з блогерами, використовуючи їхній доступ до нової аудиторії та швидкість подачі інформації. Водночас блогери мають можливість підвищити свою авторитетність через співпрацю з традиційними медіа, де вони можуть надавати глибший аналіз подій та висвітлювати їх у більш серйозному контексті. Таким чином, обидва формати медіа мають доповнювати один одного, що дозволяє зберігати баланс між швидкістю і глибиною інформації.

Етичні питання є важливими при розгляді взаємодії блогерів та традиційних медіа. Традиційні медіа мають чіткі етичні стандарти, які забезпечують об'єктивність, перевірку фактів і відповідальність перед

аудиторією. Блогери, в свою чергу, не завжди дотримуються цих стандартів, адже їхній контент може бути суб'єктивним, заснованим на особистих поглядах чи емоціях [20]. Однак, з іншого боку, це надає їм свободу вираження і можливість працювати без обмежень редакційних політик. Така різниця в підходах до етики ставить перед аудиторією питання довіри до джерел інформації. Традиційні медіа мають більше довіри з боку глядачів, однак з часом блогери почали встановлювати свої стандарти, які забезпечують відкритість і прозорість їхніх дій. Це змушує традиційні медіа адаптувати свої підходи до етики, намагаючись бути більш відкритими і прозорими, щоб залишити за собою право бути основним джерелом інформації.

Монетизація контенту є ще одним важливим аспектом взаємодії блогерів і традиційних медіа. Блогери часто заробляють через рекламу, партнерські програми, спонсорські контракти, продаж товарів або послуг, що дозволяє їм бути більш незалежними від традиційних медіа-структур. Традиційні медіа, з іншого боку, монетизують контент через класичні рекламні моделі, включаючи телерекламу, друковану рекламу або рекламу на цифрових платформах. З ростом впливу блогерів традиційні медіа стали більш активно інтегрувати елементи інфлюенс-маркетингу в свою стратегію, щоб залучити додаткові джерела доходу [12, с. 9].

Загалом, тема взаємодії блогерів і традиційних медіа є багатогранною і вимагає глибокого аналізу. Взаємодія між ними визначає не тільки нові можливості для розвитку медіа-індустрії, а й формує нові медіапарадигми, адаптуючи традиційні підходи до нових вимог часу.

Висновок до першого розділу

Можна зробити кілька важливих висновків щодо теоретичних основ журналістської діяльності блогера. По-перше, блогерство в контексті журналістики виявляється новим явищем, яке вирізняється своєю відкритістю, демократичністю та можливістю прямої взаємодії з аудиторією. Блогери стали не тільки авторами контенту, а й активними учасниками медіапейза, на яких

лежить відповідальність за форму та зміст інформації, яку вони поширюють. Їхня діяльність значно відрізняється від традиційних журналістів, адже блогери часто працюють без редагування та контролю, що дає їм свободу вираження, але й ставить під питання стандарти етики та відповідальності.

По-друге, жанрові особливості контенту блогерів свідчать про значні зміни в способах подачі інформації. Блогери часто використовують неформальний стиль спілкування, поєднуючи особисті переживання та професіоналізм. Це дозволяє їм формувати глибоку емоційну прив'язаність з аудиторією, що є важливим аспектом їхнього успіху. Змішані жанри, такі як блоги, відеоблоги, соціальні медіа пости та інші формати, дозволяють блогерам оперативно адаптувати контент до потреб своїх підписників та залишатись актуальними на фоні традиційних медіа.

Нарешті, взаємодія блогерів із традиційними медіа стала важливим етапом розвитку обох сторін. Взаємодія між цими двома інститутами медіапростору виявляє, як традиційні медіа пристосовуються до швидких змін у технологічних і соціальних процесах, використовуючи блогерів як нових джерел інформації та впливових осіб, що формують громадську думку. Водночас, блогери, завдяки своїй незалежності та безпосередньому зв'язку з аудиторією, впливають на контент традиційних медіа, допомагаючи їм адаптуватися до нових умов і отримувати доступ до більшої кількості користувачів через соціальні мережі.

Таким чином, блогерство стало важливою складовою сучасної журналістики, яке, з одного боку, зберігає свою автономність та неформальність, а з іншого — взаємодіє з традиційними медіа, визначаючи нові підходи до створення та споживання інформації в цифрову епоху.

РОЗДІЛ 2

ОРГАНІЗАЦІЯ БЛОГЕРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

2.1. Інструменти та платформи для створення блогів

У сучасному цифровому просторі блогерство набуває дедалі більшого значення, а технологічний розвиток сприяє його трансформації та вдосконаленню. Створення якісного блогу вимагає не лише таланту та креативності, а й використання відповідних платформ та інструментів, які допомагають оптимізувати процес публікації, підвищувати залученість аудиторії та монетизувати контент.

Якщо розглядати безкоштовні та надійні платформи для ведення блогів, однією з найпопулярніших є Blogger. Для початку роботи на цій платформі користувачеві достатньо мати обліковий запис Google, що значно спрощує процес створення блогу. Blogger пропонує широкий вибір макетів та фонів, що робить його зручним для новачків, які розглядають блогінг як хобі [26].

Функціональні можливості цієї платформи включають розширений текстовий редактор, який дозволяє додавати публікації, зображення та формувати контент відповідно до власних уподобань. Саме через доступність та простоту використання багато блогерів починають свою діяльність саме на Blogger.

Проте одним із ключових обмежень цієї платформи є відсутність можливості використання власного доменного імені, що позбавляє користувача повного контролю над брендуванням власного сайту. Адреса блогу міститиме доменне ім'я Blogger, що може обмежувати розвиток блогу в комерційному напрямі та зменшувати його впізнаваність.

Однією з головних переваг платформи Blogger є її простота у використанні, що робить її доступною навіть для новачків у сфері блогінгу. Після створення блогу користувачі мають можливість отримати спеціальне доменне ім'я, що є вагомим перевагою порівняно з іншими безкоштовними платформами. Вартість зміни доменного імені є досить прийнятною – близько 10 доларів на рік, що

дозволяє користувачам легко зареєструвати власний домен без значних фінансових витрат. Додатковою функцією є можливість використання WHOIS Directory, що передбачає приватну реєстрацію домену для захисту особистих даних користувачів від сторонніх осіб.

Вlogger є безкоштовною платформою для ведення блогів і не потребує додаткових витрат на хостинг. Це суттєво спрощує процес створення та публікації контенту, оскільки вся технічна частина адмініструється автоматично. Ще однією перевагою є можливість інтеграції контенту з іншими блогами та безперешкодний обмін матеріалами. Окрім цього, Вlogger надає користувачам 1 ГБ вільного простору для збереження зображень, що дозволяє не турбуватися про зберігання медіафайлів і забезпечує достатній обсяг пам'яті для публікації візуального контенту.

Попри всі переваги, платформа має і певні недоліки. Насамперед, параметри налаштувань досить обмежені, а дизайн та макети виглядають застарілими порівняно з іншими сучасними платформами для блогінгу. Це може бути суттєвим недоліком для користувачів, які прагнуть створювати унікальний та привабливий дизайн блогу. Крім того, платформа накладає певні обмеження на можливості хостингу, що може створювати труднощі для тих, хто має намір масштабувати свій блог. Одним із найбільш значних обмежень є ліміт розміру домашньої сторінки. У випадку, якщо користувач завантажує зображення великого розміру, система може відхилити публікацію через перевищення допустимих параметрів, що створює додаткові труднощі у використанні платформи [1].

Найпопулярнішою та найбільш використовуваною системою управління контентом є WordPress, яка заслужено вважається провідною платформою для створення блогів. Завдяки своїй гнучкості та широким можливостям налаштування вона отримала визнання серед блогерів усього світу. WordPress завантажено понад 45 мільйонів разів, що свідчить про її високу популярність. Особливістю платформи є її активна спільнота розробників, які постійно

створюють нові плагіни, шаблони та розширення, що дозволяють користувачам глибоко налаштувати свої блоги відповідно до власних потреб [30].

Однією з основних переваг WordPress є гнучкість у налаштуванні. Користувачі мають змогу змінювати дизайн, додавати функціональні можливості за допомогою плагінів, а також керувати контентом без необхідності володіння навичками програмування. Платформа пропонує зручний домен та хостинг, що дає змогу значно спростити процес запуску блогу. Крім того, можливість приватної реєстрації домену забезпечує додатковий рівень конфіденційності для власників сайтів.

Ще однією значущою перевагою є відкритий код, що дозволяє тисячам розробників у всьому світі постійно вдосконалювати платформу, створюючи нові теми та інструменти для розширення можливостей сайту. У WordPress доступні як безкоштовні, так і преміальні теми, яких налічується понад 30 000 варіантів. Завдяки цьому користувачі можуть обрати унікальний дизайн для свого блогу, навіть якщо не мають спеціальних знань у сфері веб-розробки.

Постійні оновлення системи безпеки та технічне обслуговування гарантують захист блогу від зловмисників та збоїв у роботі. Це робить платформу безпечною для зберігання контенту та персональних даних. Панель адміністратора містить широкий набір інструментів для керування блогом, що дозволяє адаптувати його під індивідуальні потреби [27].

Однак, попри всі переваги, WordPress має й певні недоліки. Велика кількість функцій та широкі можливості налаштування можуть стати складністю для початківців. Інтерфейс панелі керування є досить складним для тих, хто не має досвіду роботи з CMS, що може ускладнити початковий етап роботи з блогом.

Ще одним важливим аспектом є обмеження у додаванні реклами. Деякі користувачі стикаються з труднощами при монетизації свого блогу через певні обмеження у використанні рекламних плагінів. Для тих, хто розглядає блогінг як джерело доходу, ці обмеження можуть стати значною проблемою.

Також WordPress має певні технічні обмеження, пов'язані з встановленням великої кількості плагінів. Надмірне використання розширень може призвести до уповільнення роботи сайту, а інколи – до його некоректного функціонування. Окрім цього, система безпеки розділена між кількома файлами, що може ускладнити пошук та налаштування параметрів захисту, особливо для новачків.

Однією з відносно нових та менш відомих платформ для блогінгу є Roop. Незважаючи на свою молодість, ця платформа приваблює користувачів своїм мінімалістичним дизайном і зручністю у використанні. Відвідувачі відзначають її простий та адаптивний інтерфейс, який дозволяє зосередитися безпосередньо на створенні контенту, не витрачаючи багато часу на технічні налаштування або встановлення додаткових розширень [28].

Головна перевага Roop – це простота використання. Платформа орієнтована на тих, хто бажає вести блог без складних налаштувань, роботи з плагінами чи глибокого занурення у технічні аспекти. Вона дозволяє авторам максимально зосередитися на створенні текстового контенту, не відволікаючись на інші деталі.

Проте, як і будь-яка нова система, Roop має свої обмеження. Одним із найбільших недоліків є відсутність інтеграції з аналітичними інструментами та системою коментарів. Ці елементи є важливими для блогерів, які хочуть відстежувати відвідуваність сайту, взаємодіяти з аудиторією та отримувати зворотний зв'язок від читачів. Через ці недоліки платформа поки що не є достатньо конкурентоспроможною у порівнянні з більш розвиненими сервісами для блогінгу.

Попри це, Roop залишається перспективним варіантом для тих, хто шукає мінімалістичну та інтуїтивно зрозумілу платформу для публікації текстів. Якщо розробники усунуть її поточні недоліки та додадуть необхідні функції, вона може стати популярною серед блогерів, які цінують простоту та функціональність.

Wix – це одна з найпопулярніших платформ для створення веб-сайтів та ведення блогів, що відзначається своєю простотою у використанні та широким

функціоналом. Вона пропонує потужний конструктор сайтів із функцією drag-and-drop, що дозволяє створювати веб-сторінки без потреби в програмуванні. Однією з ключових особливостей Wix є онлайн-сховище для ресурсів сайту, що дозволяє зберігати медіафайли та інші елементи без необхідності використання сторонніх сервісів. Крім того, платформа пропонує відео-фони, анімації для заголовків та мобільні додатки, що значно розширює можливості кастомізації сайту [29].

Для початку роботи з платформою Wix потрібно просто зареєструвати електронну пошту, що дає змогу створити безкоштовний акаунт. Користувачі отримують доступ до галереї віджетів і основних функцій редактора, що дозволяє легко створювати веб-сайти. Однак для того, щоб видалити рекламу Wix та отримати власну URL-адресу, необхідно перейти на один із платних тарифних планів. Найдешевший платний план, під назвою *Connect Domain*, коштує 5 доларів на місяць і дозволяє підключити власне доменне ім'я. Це є відмінним варіантом для тих, хто хоче мати більш професійну виглядати адресу сайту без витрат на більш дорогі плани.

Більш просунуті користувачі можуть вибрати один із дорожчих тарифів. Найдорожчий план, *VIP*, коштує 25 доларів на місяць і надає велику кількість корисних функцій. Цей план включає 20 ГБ сховища, безлімітну пропускну здатність, кошик для покупок, доменне ім'я, професійний огляд сайту та пріоритетну підтримку. Це робить платформу привабливою для тих, хто планує створити повноцінний інтернет-магазин чи складніший сайт з великою кількістю контенту. Завдяки таким функціям, Wix надає користувачам все необхідне для розвитку їхніх онлайн-проектів.

Однією з головних переваг Wix є його інтуїтивно зрозумілий інтерфейс і швидкість створення сайту. Навіть новачок, без попереднього досвіду у веб-розробці, може створити сайт менш ніж за годину. Функція перетягування елементів на сторінці робить процес надзвичайно простим, оскільки дозволяє користувачам додавати текст, зображення, відео та інші елементи, просто переміщаючи їх на потрібні місця. Крім того, платформа надає доступ до великої

бібліотеки шаблонів, які можна налаштовувати, що значно прискорює процес створення сайту.

Wix також має велику спільноту користувачів, які активно діляться своїм досвідом та надають підтримку через форуми та соціальні мережі. Крім того, платформа пропонує велику кількість навчальних матеріалів, відеоуроків і статей, які допомагають користувачам розібратися в основах роботи з платформою, а також розв'язувати технічні питання. Це робить платформу привабливою для початківців, адже вони можуть без труднощів навчитися створювати та налаштовувати сайти, навіть якщо не мають технічних навичок.

Незважаючи на численні переваги, Wix має й деякі обмеження. Наприклад, кількість доступних плагінів та розширень значно менша порівняно з іншими платформами, такими як WordPress. Це може стати проблемою для користувачів, які потребують більш гнучкого налаштування функціональності свого сайту. Крім того, попередньо створені шаблони, хоча й красиві, мають обмеження у кастомізації, що може ускладнити створення унікального дизайну для сайту. Тому, хоча Wix і є зручним інструментом для створення простих сайтів, його можливості в дизайні та налаштуваннях можуть бути обмежені для більш складних проєктів.

Таким чином, Wix є чудовим варіантом для тих, хто прагне швидко створити блог або бізнес-сайт без необхідності вивчення складних технічних аспектів. Проте для більш складних проєктів може знадобитися інша платформа з ширшими можливостями налаштування та інтеграції.

Окрім вибору платформи, блогеру важливо використовувати професійні інструменти для створення контенту. Текстові редактори, такі як Grammarly та Google Docs, допомагають покращити якість написаних матеріалів, а графічні редактори Canva та Adobe Photoshop дають змогу створювати унікальний візуальний стиль блогу. Відеоредактори, такі як Adobe Premiere Pro та CapCut, забезпечують якісний монтаж і обробку відео.

2.2. Методи формування аудиторії та утримання уваги

Методи формування аудиторії та утримання уваги є ключовими аспектами успішного ведення блогу, адже саме від кількості та активності читачів залежить ефективність контенту, рівень взаємодії й можливості монетизації. Формування аудиторії передбачає створення спільноти людей, зацікавлених у тематиці блогу, а утримання уваги – забезпечення їхньої регулярної взаємодії з публікаціями.

Цей процес вимагає комплексного підходу, що включає контентні, комунікаційні, технічні та аналітичні методи. Нижче наведено детальний розгляд кожного з цих напрямів із чіткими кроками й пропозиціями для блогерів, які прагнуть сформувати стійку аудиторію та підтримувати її інтерес на високому рівні.

Розглянемо різні методи для формування та утримання уваги:

1. Контентні методи:

Контент є основою будь-якого блогу. Якісний, актуальний і різноманітний контент здатен привернути увагу нових читачів та утримати інтерес уже існуючих.

- Визначення цільової аудиторії. Перед створенням контенту важливо чітко розуміти, для кого ви його готуєте. Визначте вік, стать, професію, інтереси, проблеми та потреби ваших потенційних читачів. Це допоможе зробити контент релевантним і корисним. Для дослідження можна проводити опитування, аналізувати аудиторію конкурентів, використовувати інструменти аналітики соціальних мереж (наприклад, Facebook або Instagram). Чим краще ви знаєте свою аудиторію, тим легше створювати контент, який буде резонувати з її інтересами [14].

- Дослідження трендів і потреб. Регулярне відстеження актуальних тем у вашій ніші допомагає залишатися на хвилі інтересів аудиторії. Використовуйте платформи на кшталт Google Trends для пошуку популярних тем, аналізуйте хештеги у соціальних мережах, читайте профільні форуми та коментарі під постами конкурентів. Знання про те, що зараз цікавить людей, дасть можливість створювати контент, який отримуватиме більше переглядів та взаємодії.

- **Планування контенту.** Розробка контент-плану дозволяє систематизувати роботу та забезпечити регулярність публікацій. Заплануйте теми, формати та дати виходу матеріалів на місяць уперед. Оптимальна частота – 2-3 пости на тиждень. Регулярність допомагає формувати у читачів звичку відвідувати ваш блог, очікуючи новий контент. Використовуйте планувальники контенту (наприклад, Trello або Google Календар) для зручності.

- **Різноманіття форматів.** Аудиторія краще сприймає контент, коли він подається у різних формах. Поєднуйте текстові статті, відео, подкасти, інфографіку та опитування. Наприклад, складні теми можна подавати у вигляді інфографіки, а особисті історії – у форматі відео. Такий підхід задовольняє різні смаки та сприяє кращому засвоєнню інформації [19].

- **Використання сторітелінгу.** Історії емоційно залучають читачів, допомагаючи їм відчувати зв'язок із блогером. Розповідайте про власний досвід, діліться досягненнями й невдачами. Люди схильні довіряти тим, хто відкритий та чесний. Наприклад, опис особистого шляху до певної мети може надихнути підписників і спонукати їх до коментарів та обговорень.

- **Унікальність і оригінальність.** Використовуйте власні фото, відео та аналітичні матеріали. Унікальний контент виділяє блог серед конкурентів і формує довіру аудиторії. Уникайте копіювання матеріалів – навіть переробка чужих ідей повинна мати ваше унікальне бачення чи підхід.

- **Заклики до дії.** Після кожної публікації додавайте заклики до дії: запитуйте думку читачів, пропонуйте поділитися матеріалом, залишити коментар або підписатися. Це стимулює активність і покращує взаємодію з контентом.

2. Комунікаційні методи:

- **Активна взаємодія.** Активна взаємодія з аудиторією – основа побудови довірливих стосунків. Важливо регулярно відповідати на коментарі під публікаціями, особливо у перші години після їх розміщення, оскільки це підвищує шанси на ширше охоплення через алгоритми соціальних мереж. Наприклад, якщо читач задав питання під вашим постом, детально відповідайте,

додаючи поради або цікаві факти. В особистих повідомленнях можна дякувати за підтримку чи коментарі. Це створює відчуття важливості у підписників і мотивує їх до подальшої активності. Наприклад, блогери, які відповідають навіть на короткі повідомлення типу «Дякую за цікаву статтю!», формують позитивний образ і лояльність аудиторії [18].

- Проведення опитувань і конкурсів. Опитування та конкурси – ефективні інструменти для залучення аудиторії та отримання зворотного зв'язку. Опитування допомагають зрозуміти інтереси підписників, їхні вподобання та потреби. Наприклад, можна створити опитування у сторіс Instagram із запитанням: «Які теми вам цікаві: подорожі, саморозвиток чи кулінарія?». Це не тільки допомагає планувати контент, а й робить аудиторію причетною до розвитку блогу.

Конкурси стимулюють активність і привертають увагу нових підписників. Наприклад, можна організувати розіграш подарунка серед тих, хто лайкне публікацію, залишить коментар і зробить репост. Важливо чітко прописати правила та вказати кінцеву дату проведення. Такі активності збільшують охоплення та сприяють формуванню спільноти навколо вашого контенту [24].

- Співпраця з іншими блогерами. Співпраця дозволяє ефективно розширити аудиторію без значних фінансових витрат. Це можуть бути спільні прямі ефіри, гостеві пости або взаємні згадки у публікаціях. Наприклад, проведіть спільний ефір з блогером зі схожою аудиторією, обговорюючи цікаву тему. Це дасть змогу обом блогерам залучити нових підписників, які вже довіряють іншому автору. Гостеві пости дозволяють поділитися корисною інформацією на нових платформах і залучити тих, хто ще не знає про ваш блог. Регулярна співпраця з іншими авторами допомагає підтримувати інтерес аудиторії та робити контент різноманітним.

- Використання соціальних мереж. Активна присутність у кількох соціальних мережах дозволяє збільшити охоплення та взаємодіяти з різними сегментами аудиторії. Наприклад, у Instagram можна публікувати візуальний контент, у Facebook – розміщувати довгі пости та брати участь у групах, у TikTok

– створювати короткі відео, що привертають увагу молодшої аудиторії. Важливо адаптувати контент під особливості кожної платформи. Наприклад, те, що підходить для LinkedIn (професійний контент), може бути неактуальним для TikTok (розважальні відео). Також слід використовувати функції соцмереж: сторіс, опитування, лайв-трансляції, що допомагають взаємодіяти з аудиторією у режимі реального часу [22].

- Формування особистого бренду. Особистий бренд – це сукупність вражень, які аудиторія отримує про блогера. Він формується через послідовність у стилі спілкування, візуальному оформленні та демонстрації цінностей. Важливо мати впізнаваний візуальний стиль: єдину кольорову палітру, логотип або специфічний шрифт. У спілкуванні слід дотримуватися певного тону – наприклад, бути дружнім, експертним або гумористичним. Демонструючи власні погляди на життя, ділячись особистими історіями чи досвідом, блогер стає ближчим до аудиторії. Наприклад, якщо ви просуваєте ідею здорового способу життя, покажіть власні тренування, рецепти та результати. Це створює емоційний зв'язок і мотивує підписників залишатися з вами надовго.

3. Технічні методи:

- Оптимізація сайту для мобільних пристроїв. Сучасні користувачі часто відвідують сайти через мобільні пристрої, і для забезпечення позитивного досвіду важливо мати адаптивний дизайн. Це означає, що сайт має автоматично підлаштовуватися під розміри екранів різних мобільних пристроїв, від смартфонів до планшетів, без необхідності у горизонтальному прокручуванні чи масштабуванні. Для цього необхідно використовувати гнучкі сітки (fluid grids), що дозволяють елементам сайту змінювати розміри в залежності від ширини екрану. Крім того, важливо використовувати читабельні шрифти, які залишаються зручними для читання навіть на малих екранах. Сайт, оптимізований для мобільних пристроїв, знижує кількість відмов і покращує користувацький досвід, що позитивно впливає на залучення та утримання аудиторії.

- **Швидкість завантаження.** Швидкість завантаження сайту є критичним фактором для утримання відвідувачів. Дослідження показують, що якщо сторінка не завантажується протягом трьох секунд, близько 50% користувачів можуть покинути сайт. Це особливо важливо для мобільних користувачів, де швидкість з'єднання може бути нестабільною. Для покращення швидкості завантаження слід оптимізувати зображення шляхом їх стискання без втрати якості. Це дозволяє значно зменшити розмір файлів і скоротити час завантаження. Окрім цього, варто вибрати надійний хостинг із високою продуктивністю, який може витримувати великий трафік без уповільнень. Для перевірки швидкості завантаження можна використовувати сервіси, такі як Google PageSpeed Insights та GTmetrix, які допоможуть виявити можливі проблеми та нададуть рекомендації щодо їх усунення.

- **Проста навігація.** Однією з основних складових зручності користування сайтом є проста і зрозуміла навігація. Важливо, щоб користувачі могли легко знайти потрібну інформацію, не витрачаючи багато часу на пошук. Структура сайту повинна бути логічною та інтуїтивно зрозумілою. Для цього рекомендується створити чітке меню, яке містить основні розділи та підкатегорії. Доступ до будь-якої сторінки не повинен перевищувати трьох кліків. Це забезпечує зручний і швидкий доступ до контенту. Крім того, необхідно додати пошуковий рядок з автозаповненням, щоб користувачі могли швидко знайти потрібні матеріали. Важливим елементом є наявність кнопки для повернення на головну сторінку та легкодоступних контактних даних для зворотного зв'язку, що покращує взаємодію з користувачами.

- **SEO-оптимізація.** Щоб залучити органічний трафік, потрібно правильно оптимізувати сайт для пошукових систем. Одним із основних аспектів є використання релевантних ключових слів у заголовках, підзаголовках і тексті сторінок. Важливо правильно інтегрувати ці ключові слова, щоб не порушувати природний потік тексту і забезпечити його читабельність. Також потрібно додавати внутрішні посилання, які сприяють кращій навігації між сторінками сайту, та зовнішні посилання на авторитетні ресурси, що підвищують довіру

пошукових систем до контенту. SEO-оптимізація дозволяє збільшити видимість сайту в результатах пошукових запитів, що в свою чергу сприяє залученню нових користувачів і підвищує ефективність онлайн-присутності [17].

- Використання електронних розсилок. Електронні розсилки є важливим інструментом для підтримки зв'язку з аудиторією та збільшення кількості повторних відвідувань сайту. Регулярні листи з новинами, корисними матеріалами або спеціальними пропозиціями допомагають утримувати інтерес до блогу та створюють можливості для взаємодії з підписниками. Персоналізація розсилок, тобто надання контенту, який відповідає інтересам конкретних підписників, значно підвищує ефективність цього методу. Зокрема, можна сегментувати підписників на групи залежно від їх переваг чи поведінки на сайті. Оптимально надсилати розсилки 1-2 рази на тиждень, щоб підтримувати зв'язок, але не перевантажувати користувачів надмірною кількістю повідомлень. Це сприяє не тільки залученню нових підписників, але й підтримує інтерес уже існуючої аудиторії.

Системне застосування описаних методів дає змогу не лише залучити нових підписників, а й підтримувати інтерес уже існуючої аудиторії. Це створює умови для стабільного зростання блогу, підвищення його популярності й ефективної монетизації.

2.3. Принципи етичної діяльності блогерів

Блогерська діяльність набула значного поширення в сучасному інформаційному просторі, ставши невід'ємною складовою цифрової культури. Це явище стало можливим завдяки розвитку інформаційно-комунікаційних технологій та масовому використанню соціальних мереж. Створення і поширення контенту тепер доступне широкому колу осіб, що сприяє демократизації медіа, однак одночасно породжує низку ризиків і викликів. Серед основних особливостей блогерства можна виділити легкість входження у сферу, можливість самовираження без потреби у спеціальній освіті, а також швидкий доступ до аудиторії. Проте ефективна комунікація в цій діяльності вимагає

усвідомлення відповідальності за створений контент, дотримання етичних норм і врахування соціальних наслідків.

Популярність блогерства значною мірою зумовлена прагненням до самореалізації та можливістю досягнути фінансової вигоди. Багато людей, особливо молодь, бачать у блогерській діяльності спосіб втілення творчих ідей та засіб швидкого особистісного зростання. Однак досягнення популярності та матеріальної стабільності в цій сфері вимагає значних зусиль і системної роботи. Хоча окремі блогери здобувають визнання за короткий період, більшість стикається з потребою постійного вдосконалення навичок контентотворення, маркетингу та медіаграмотності. У гонитві за увагою аудиторії деякі автори вдаються до провокацій, маніпуляцій чи поширення сумнівної інформації, що створює загрозу дезінформації та може завдавати шкоди як окремим особам, так і суспільству загалом [23, с. 125].

Цифровий медіапростір, крім можливостей для самовираження, стає майданчиком для загострення соціальних конфліктів і поширення ворожнечі. Тому блогерська діяльність потребує відповідального підходу до контентотворення з урахуванням етичних принципів і правових обмежень.

Блогерство й журналістика є двома важливими складовими сучасного інформаційного поля, які мають спільні риси, проте суттєво різняться за своїм змістом, функціями та принципами роботи. Обидві діяльності спрямовані на інформування суспільства про актуальні події, однак журналістика ґрунтується на дотриманні професійних стандартів, серед яких ключовими є об'єктивність, достовірність, збалансованість та неупередженість. Журналісти зобов'язані ретельно перевіряти факти, спиратися на надійні джерела інформації та дотримуватися етичного кодексу.

На відміну від журналістів, блогери здебільшого висвітлюють події з особистої точки зору, що зумовлює суб'єктивний характер їхнього контенту. Для блогерської діяльності притаманна емоційність викладу, орієнтація на особистий досвід і взаємодія з аудиторією на основі довіри й неформальної комунікації. Блогери можуть не мати фахової освіти в галузі медіа, проте їхній вплив на

громадську думку інколи перевищує вплив традиційних засобів масової інформації. Це пов'язано з безпосереднім доступом до широкої аудиторії, швидкістю поширення контенту та відсутністю суворих редакційних обмежень [4, с. 68].

Хоча блогерська діяльність менш регламентована, вона вимагає усвідомлення соціальної відповідальності. Поширення недостовірної інформації або пропаганда деструктивних ідей можуть мати серйозні наслідки для суспільства, що підкреслює необхідність етичного підходу до контентотворення.

Цінності в блогерській діяльності відіграють ключову роль, визначаючи орієнтири поведінки та підходи до створення контенту. Вони слугують основою для формування довіри аудиторії та підтримання здорового інформаційного середовища. Згідно з Кодексом етики блогера, основними цінностями є свобода слова і вираження поглядів, самовираження, активізм, толерантність і творчість.

Свобода слова передбачає можливість відкрито висловлювати свої думки, що є фундаментом демократичного суспільства. Разом із тим реалізація цього права має супроводжуватися відповідальністю за наслідки оприлюднених висловлювань. Самовираження як цінність сприяє розвитку особистості, дозволяє демонструвати індивідуальні погляди й таланти, створюючи простір для креативності. Активізм у блогерстві виявляється у прагненні впливати на соціальні процеси, привертати увагу до важливих проблем і спонукати аудиторію до активних дій.

Толерантність передбачає повагу до різноманіття думок, культур і стилів життя, що особливо важливо в умовах глобалізованого світу. Блогери мають уникати дискримінаційних висловлювань і підтримувати атмосферу взаєморозуміння. Творчість забезпечує створення оригінального контенту, який не лише інформує, а й надихає, стимулюючи розвиток креативного потенціалу як автора, так і його аудиторії [13].

Діяльність блогера базується на певних принципах, дотримання яких сприяє формуванню якісного та етичного контенту. Серед основних принципів

виокремлюють достовірність, точність, незалежність, оперативність, моральність і культуру мовлення.

Достовірність є основою якісного контенту. Блогери повинні використовувати лише перевірені джерела інформації, оскільки поширення неперевірених даних може вводити аудиторію в оману. Особливо це стосується чутливих тем, таких як війна, суспільні конфлікти чи політичні події, де навіть незначна неточність може призвести до великих наслідків. Тому важливо, щоб блогери завжди керувалися фактами, навіть коли їх контент має суб'єктивний характер. Точність вимагає уважності до деталей, адже помилки у датах, статистичних показниках чи цитатах можуть підірвати довіру до блогера та його ресурсу.

Незалежність є ще одним важливим аспектом блогерської діяльності. Блогер повинен створювати контент без зовнішнього впливу, залишаючись вірним власним переконанням і поглядам. Водночас він не повинен дозволяти стороннім інтересам чи комерційним угодам впливати на зміст його матеріалів. Важливо також уникати заангажованості, оскільки це може призвести до втрати аудиторії, яка очікує на об'єктивний підхід. Оперативність у блогерстві важлива, але швидкість подачі матеріалу не повинна шкодити його якості та достовірності. Блогер має ретельно перевіряти факти перед публікацією, навіть якщо тема потребує швидкого реагування.

Моральність у блогерстві вимагає дотримання етичних норм, адже контент, що порушує ці норми, може мати серйозні наслідки для суспільства. Важливо, щоб контент не принижував гідність інших, не містив образливих висловлювань чи закликів до насильства. Блогери повинні демонструвати повагу до прав і свобод інших людей, обираючи такі теми та підходи до їх висвітлення, які не завдають шкоди. Порушення етичних стандартів може призвести до втрати довіри з боку аудиторії, тому моральність і відповідальність мають бути в основі кожного матеріалу.

Культура мовлення є невід'ємною частиною моральності блогерської діяльності. Важливо використовувати коректну лексику, уникати мови

ворожнечі та контенту, що може провокувати булінг чи інші форми насильства. Блогери повинні пам'ятати, що їхні слова та дії можуть мати великий вплив на формування суспільних норм і цінностей. Тому відповідальний підхід до вибору мовних засобів і тем є важливим для підтримки здорового медіапростору, який сприяє розвитку критичного мислення і культурних обговорень серед аудиторії.

Блогерська діяльність тісно пов'язана з правовими аспектами, адже поширення інформації у цифровому просторі регулюється законодавством. Порухення встановлених норм може призвести до юридичної відповідальності. Особливої уваги вимагає уникнення розповсюдження незаконного контенту. Забороненими є матеріали, що містять заклики до насильницької зміни державного устрою України, порушують територіальну цілісність, пропагують тероризм, розпалюють міжнаціональну чи міжрелігійну ворожнечу, дискримінують за ознаками статі, віку, раси, етнічного походження, стану здоров'я чи іншими характеристиками. Також законодавством заборонено поширення порнографії, пропаганди сексуального насильства та контенту, що суперечить нормам моралі й етики [10].

Під час воєнного стану питання контенту набуває особливої ваги, оскільки від його змісту може безпосередньо залежати безпека громадян і держави загалом. Інформаційний простір стає полем боротьби не лише за увагу аудиторії, а й за вплив на настрої та реакцію людей, що можуть піддаватися дезінформації або паніці. Відповідальні блогери повинні усвідомлювати, що їхні публікації мають потужний вплив на психологічний стан аудиторії, тому важливо дотримуватися інформаційної безпеки. Вони повинні створювати контент, який не тільки інформує, але й сприяє збереженню морального духу громадян, допомагаючи їм орієнтуватися в складній ситуації.

Усвідомлення юридичних та моральних аспектів контентотворення є ключовим для підтримання балансу між свободою слова та необхідністю дотримання норм права, особливо в умовах війни. Блогери повинні уважно підходити до тем, які вони висвітлюють, перевіряти факти та дотримуватися

етичних стандартів. Це дозволяє уникнути поширення неправдивої або маніпулятивної інформації, яка може призвести до непередбачуваних наслідків. Правильний баланс між правами на свободу вираження та відповідальністю за наслідки своїх слів стає надзвичайно важливим у критичні моменти, коли інформація може мати вирішальний вплив на стабільність держави.

Висновок до другого розділу

Процес організації блогерської діяльності є процесом комплексним і вимагає поєднання технічних навичок, креативності, етичної відповідальності та вміння будувати стосунки з аудиторією. Створення якісного блогу починається з вибору відповідних інструментів і платформ, які слугують основою для контентотворення та взаємодії з підписниками. Сучасні цифрові платформи, такі як Instagram, YouTube, TikTok чи блог-платформи на базі вебсайтів, забезпечують різні формати подачі інформації, даючи можливість блогерам максимально ефективно доносити свої ідеї та залучати широку аудиторію. Кожна з них має свої особливості, функціонал і вимоги до контенту, тому вибір оптимальної платформи залежить від цільової аудиторії, тематики блогу та обраної стратегії просування.

Формування й утримання аудиторії є ключовим завданням блогера, адже саме активна й лояльна спільнота підписників забезпечує стабільний розвиток блогу та його впливовість. Для цього важливо використовувати різноманітні методи: регулярність публікацій, інтерактивність у спілкуванні з аудиторією, створення релевантного й цікавого контенту, що відповідає потребам і запитам читачів чи глядачів. Важливим чинником утримання уваги є також особистий бренд блогера, його щирість, послідовність у подачі матеріалу та здатність викликати емоційну реакцію в аудиторії. Крім того, сучасні інструменти аналітики дають змогу відслідковувати інтереси підписників, коригувати контент-стратегію та підвищувати ефективність комунікації.

Особливе місце в організації блогерської діяльності посідає дотримання етичних принципів. Блогери, як активні учасники інформаційного простору,

мають усвідомлювати свою відповідальність за поширюваний контент. Дотримання норм моралі, повага до прав інших людей, недопущення дискримінації чи мови ворожнечі, а також правдивість інформації є основними засадами етичної діяльності. Порушення цих норм не лише шкодить репутації самого блогера, але й може призвести до юридичних наслідків, особливо в умовах підвищеної уваги до інформаційної безпеки під час воєнного стану або соціальних криз.

РОЗДІЛ 3

ВПЛИВ БЛОГЕРІВ НА СУЧАСНИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР

3.1. Аналіз ролі блогерів у формуванні суспільної думки

У сучасному інформаційному суспільстві блогери стали потужним чинником впливу на формування громадської думки. Вони займають проміжне положення між традиційними ЗМІ та звичайними користувачами мережі, поєднуючи свободу самовираження з великою аудиторією. Цей феномен виник завдяки стрімкому розвитку цифрових технологій, соціальних мереж та зміні способів споживання інформації. Люди дедалі рідше звертаються до офіційних джерел, віддаючи перевагу персоналізованому, «живому» контенту, який створюють блогери.

Однією з головних причин впливовості блогерів є їхня здатність формувати довіру. На відміну від журналістів, яких можуть вважати упередженими через залежність від редакційної політики, блогери часто виступають як «свої серед своїх». Їхній контент сприймається як щирий, емоційний, особистісний, що створює ілюзію безпосереднього спілкування з аудиторією. Саме це і дає змогу блогерам впливати на сприйняття подій, явищ, продуктів, а також на політичні або соціальні настрої.

Блогери активно формують думки не лише щодо моди, краси чи стилю життя, але й у сфері політики, суспільних проблем та етичних питань. Наприклад, під час Революції Гідності в Україні та повномасштабного вторгнення росії у 2022 році, багато українських блогерів стали інформаційними волонтерами, висвітлюючи події, мобілізуючи підтримку, протистоячи дезінформації. Відомі інфлюенсери, як-от Ігор Лаченков (Лаченок) чи Олексій Дурнєв, активно використовували свої платформи для донесення правди до мільйонної аудиторії, зокрема за кордоном [16, с. 29].

Крім того, блогери часто ініціюють соціальні кампанії, формують у суспільстві ставлення до гострих тем: екології, дискримінації, ментального здоров'я тощо. Наприклад, блогерка Саша Чістова багато говорить про фемінізм

і психологічне благополуччя, а її контент слугує підтримкою та натхненням для великої кількості підписників.

Однак вплив блогерів не завжди є позитивним. Через відсутність професійної журналістської етики, частина з них може несвідомо або свідомо поширювати фейки, маніпуляції або контроверсійні меседжі. Така ситуація особливо небезпечна під час воєн, криз чи виборів, коли громадська думка є надзвичайно вразливою до інформаційних атак. Також небезпечними можуть бути спонсорські матеріали, які блогери не завжди позначають відповідним чином, що вводить аудиторію в оману.

Роль блогерів у формуванні громадської думки є двозначною. З одного боку, вони є важливими трансляторами суспільних цінностей, а з іншого — можуть стати інструментом маніпуляцій. Тому важливо розвивати критичне мислення у споживачів контенту та впроваджувати механізми саморегуляції блогерської діяльності. Громадськість, держава та самі блогери мають спільно працювати над підвищенням стандартів відповідального інформування [25].

З огляду на міжнародний досвід, Україна має можливість вдосконалити регулювання блогерської діяльності, запровадивши етичні кодекси, механізми саморегуляції та правові норми, що забезпечать баланс між свободою слова та відповідальністю за поширення інформації. Це сприятиме підвищенню довіри до блогерів та зміцненню інформаційної безпеки країни.

Важливим кроком є підвищення медіаграмотності як серед блогерів, так і серед їхньої аудиторії. Освітні програми, тренінги та кампанії з медіаосвіти можуть допомогти користувачам краще розуміти, як оцінювати достовірність інформації та розпізнавати маніпуляції [27]. Це зменшить вплив дезінформації та сприятиме формуванню критичного мислення в суспільстві.

Блогери також можуть співпрацювати з професійними журналістами та медіаорганізаціями для підвищення якості свого контенту. Спільні проекти, консультації та обмін досвідом сприятимуть впровадженню журналістських стандартів у блогерську діяльність. Це дозволить блогерам створювати більш достовірний та збалансований контент, що відповідає потребам аудиторії.

Важливо запровадити механізми відповідальності за порушення етичних норм та законодавства. Це може включати як адміністративні санкції, так і громадський осуд, що стимулюватиме блогерів дотримуватися високих стандартів у своїй діяльності. Зокрема, доцільним є створення спеціалізованих інституцій або рад з етики, які б фокусувалися на онлайн-медіа та інфлюенсерах, подібно до того, як у традиційних ЗМІ функціонують редакційні колегії та наглядові ради. Такі органи могли б розглядати скарги, надавати рекомендації, проводити громадський моніторинг дотримання етичних норм серед блогерів.

Варто впровадити єдині стандарти позначення реклами в блогерському контенті. У багатьох країнах, зокрема у США та країнах ЄС, блогери зобов'язані позначати спонсорські пости відповідними хештегами на кшталт #ad, #sponsored. В Україні такі норми існують лише частково, тому часто споживач не може чітко зрозуміти, де реальна думка блогера, а де — оплачений контент. Прозорість у цьому питанні підвищить довіру до блогерської сфери загалом [25].

Потрібно заохочувати розвиток незалежних платформ і ініціатив, які аналізують достовірність висловлювань відомих інфлюенсерів. Такі ресурси, як StopFake чи VoxCheck, вже давно виконують подібну функцію щодо політиків і медіа, але їхній досвід можна масштабувати на інфлюенсерів і TikTok-/Instagram-блогерів. Це дозволить суспільству мати незалежну точку зору на заяви, які мають великий резонанс.

Ще один перспективний напрям — створення освітніх ініціатив для самих блогерів. Це можуть бути сертифіковані курси з медіаграмотності, журналістської етики, цифрової безпеки. Така практика вже реалізується, наприклад, у рамках проєкту USAID «Медійна програма в Україні», який надає підтримку журналістам і блогерам у підвищенні професійного рівня. Це не лише покращує якість контенту, а й дає блогерам розуміння своєї відповідальності.

Слід також згадати про моральну відповідальність інфлюенсерів, оскільки їхня аудиторія часто сприймає їх не тільки як інформаційних провайдерів, а й як друзів чи наставників. Особливо це стосується підліткової аудиторії, яка активно бере приклад із своїх кумирів. Вплив блогерів на цю категорію людей може бути

значним, оскільки молодь схильна наслідувати поведінку своїх улюбленців, орієнтуючись на їхні цінності та ідеї. Тому блогерам варто усвідомлювати, що їхні слова і вчинки можуть не лише формувати громадську думку, але й впливати на розвиток світогляду і поведінки цілих поколінь.

Окрім регуляторних змін і самосвідомості самих блогерів, важливу роль відіграє аудиторія, яка є основною силою інфлюенсерів. Глядачі, читачі та підписники становлять ту основу, на якій тримається популярність блогера. Вони можуть значно впливати на контент, який створюють інфлюенсери, адже саме через запити на якісну інформацію та адекватний фідбек формується попит на конкретний контент. Аудиторія має можливість бойкотувати або ж підтримувати блогерів, якщо вони поширюють дезінформацію чи ведуть неетичну діяльність. Така взаємодія стимулює блогерів до більш відповідального підходу у виборі тем і манері подачі матеріалу.

Формування нової культури споживання контенту також залежить від цієї взаємодії між блогерами та їхніми підписниками. У сучасному інформаційному просторі, де емоційність контенту часто домінує, критичний аналіз стає важливим елементом споживання. Аудиторія, яка вимагає більш глибоких та перевірених матеріалів, тим самим сприяє підвищенню якості контенту. Блогери, у свою чергу, повинні враховувати цю потребу та забезпечувати доступ до перевірених фактів, аналізу та аргументованих думок.

Ще одним важливим аспектом є феномен "нановпливу", коли блогери з меншою, але лояльною та залученою аудиторією здатні мати великий вплив у своїх спеціалізованих нішах. Такі інфлюенсери можуть активно діяти у сферах, як-от освіта, екологія чи локальні ініціативи, де їхній вплив не вимірюється кількістю підписників, а якістю взаємодії з аудиторією. Вони часто набагато відповідальніше підходять до створення контенту, оскільки мають тісніший зв'язок зі своєю аудиторією, що сприяє більш етичному та змістовному підходу.

Ці "нановпливові" блогери можуть стати еталоном етичної та змістовної блогерської діяльності. Їх варто підтримувати, оскільки вони часто не прагнуть швидкої популярності або фінансового збагачення, а зосереджуються на

важливих соціальних питаннях. Цей тип блогерів може стати прикладом для нових поколінь, які шукають не тільки розвагу, але й реальний вплив на суспільство. Тому важливо підтримувати таку діяльність, сприяти її розвитку та акцентувати увагу на їхній ролі у створенні позитивних змін у суспільстві.

У контексті війни в Україні блогери стали ідеологічною опорою, частиною інформаційного фронту. Вони допомагають викривати фейки, показувати правду про події на фронті, підтримують волонтерські ініціативи, мобілізують кошти на потреби ЗСУ. Наприклад, Влад Савін (проект «ТРО Медіа») або Назар Дорош стали медіаактивістами нового покоління — вони об'єднують документалістику, блогерство і громадянську позицію [25].

Проте в цій реальності з'являється нова етична дилема: як не перетворити блогерство на інструмент пропаганди? І як втримати баланс між патріотизмом і об'єктивністю? Вирішення цих питань потребує розвитку внутрішньої журналістської культури серед блогерів, діалогу з професійними медіа та громадським сектором.

У перспективі важливо створити простір для спільного існування традиційної журналістики і блогерства. Це може бути реалізовано через спільні платформи, об'єднання, форуми, де б обговорювалися виклики цифрової комунікації. Приклади такої взаємодії вже є, зокрема — Форум цифрової журналістики в Києві, який у 2023 році об'єднав сотні фахівців із блогерами, медіаменеджерами, представниками міжнародних організацій.

Отже, роль блогерів у формуванні громадської думки зростає з кожним роком. Вони можуть бути як інструментами просвіти, об'єднання та опору, так і джерелами маніпуляцій і розколу. Тому вдосконалення блогерської діяльності має включати одночасно розвиток самосвідомості самих інфлюенсерів, підвищення медіаграмотності аудиторії, оновлення нормативно-правового поля та активну участь громадськості. Тільки в комплексі ці заходи зможуть забезпечити відповідальне і конструктивне використання потенціалу блогерства в сучасному світі.

3.2. Порівняння блогерської діяльності в Україні та інших країнах

У XXI столітті блогерська діяльність набула глобального масштабу, однак її особливості значною мірою залежать від соціально-культурного, політичного та правового контекстів кожної країни. Україна, яка знаходиться на перехресті європейських і пострадянських традицій, демонструє унікальний підхід до блогерства, що відрізняється від практик у США, країнах ЄС або Азії. Порівняння дозволяє виявити сильні й слабкі сторони українського блогінгу, а також визначити перспективи його подальшого розвитку.

В Україні блогерство виникло як альтернатива традиційним медіа, які тривалий час залишались під впливом олігархічного капіталу. Саме через недовіру до «офіційної» журналістики зростала популярність незалежних голосів у соцмережах — блогерів, які вільно висловлювали свої думки щодо політики, війни, соціальних змін. Цей феномен особливо загострився під час Революції Гідності та з початком війни у 2014 році, коли соціальні платформи стали головним каналом поширення правди. У цьому сенсі українські блогери виконували не лише інформаційну, а й громадянську функцію.

У США блогінг має глибшу інституційну основу. Багато блогерів працюють у межах контрактів, агентств, мереж креаторів і дотримуються встановлених стандартів. Ринок інфлюенсер-маркетингу в США вже давно перетворився на висококонкурентну галузь з мільярдними обігами, детально врегульовану з боку Федеральної торгової комісії. Наприклад, американські блогери зобов'язані чітко позначати рекламні пости, інакше можуть отримати штраф. В Україні ж відповідне законодавство лише формується, і позначення реклами часто носить декларативний характер [9].

У західних країнах активно функціонують спільноти блогерів, які розробляють і дотримуються кодексів етики, проводять тренінги з журналістської доброчесності. Наприклад, у Німеччині діє ініціатива *Netzwerkdurchsetzungsgesetz*, яка змушує платформи швидко реагувати на дезінформацію та мову ворожнечі. В Україні ж етичні стандарти блогерів часто залежать від їхньої особистої відповідальності та рівня свідомості. Певну

функцію саморегуляції виконує лише аудиторія через «канселінг» або суспільний осуд.

Щодо контенту, в Україні значна частина блогерів зосереджена на темах патріотизму, війни, культури, благодійності та освіти. Це пояснюється поточними викликами, пов'язаними з війною та пошуком національної ідентичності. У той час як у США чи Європі блогерство частіше зосереджене на лайфстайлі, розвагах, фінансовій грамотності, інвестиціях або сталому розвитку. При цьому, в умовах стабільного миру блогери на Заході більше фокусуються на колабораціях з брендами та комерціалізації свого контенту, тоді як в Україні багато інфлюенсерів використовують платформу для активізму або громадянських ініціатив.

У країнах Азії, таких як Південна Корея та Японія, блогінг став важливою технологічно розвиненою індустрією, що активно інтегрується з платформами електронної комерції. Блогери в цих країнах не лише займаються створенням контенту, а й використовують свої платформи для монетизації через різні формати, такі як стріми, відеоогляди та інтерактивні шоу. Ці інструменти дозволяють блогерам не тільки заробляти на рекламі, але й створювати тісний зв'язок з аудиторією, мотивуючи її до покупок або активної участі в контенті. Такий розвиток блогерської діяльності стимулює інновації та створює нові можливості для підприємців.

У Китаї ж блогерська діяльність регулюється дуже жорстко. Держава встановлює строгі обмеження на свободу слова та контролює контент, що публікується в Інтернеті. Блогери змушені дотримуватись чітких рамок, а контент, який виходить за межі дозволеного, автоматично блокується. Крім того, Китай має систему жорсткого моніторингу, що забезпечує оперативне виявлення та блокування неправдивої або неприпустимої інформації. В таких умовах блогери часто повинні дуже обережно підходити до вибору тем та манери їх подачі, щоб не потрапити під цензуру.

В Україні ситуація з блогерством значно відрізняється від країн, де існує жорстке регулювання. Тут блогери, попри складну ситуацію у сфері безпеки та

викликах, що виникають через війну та зовнішню агресію, все ще мають значну свободу. Однак постає питання захисту від дезінформації та ворожої пропаганди, особливо в умовах активних інформаційних атак з боку зовнішніх сил. Блогери в Україні активно використовуються для протидії фейковим новинам, надаючи правдиву інформацію та мобілізуючи аудиторію на підтримку громадянських ініціатив. Водночас питання контролю та саморегулювання блогерської діяльності в країні залишаються відкритими.

Особливо важливим є феномен медійної довіри до блогерів, який варіюється в залежності від країни. У США та країнах Європейського Союзу довіра до блогерів базується на чітких журналістських стандартах та високому рівні професіоналізму. Багато інфлюенсерів мають освіту в галузі комунікацій або журналістики, що дозволяє їм створювати якісний та достовірний контент. У цих країнах блогери часто працюють у тісній взаємодії з традиційними медіа та виконують важливу роль у формуванні громадської думки.

В Україні медійна довіра до блогерів має іншу природу. Багато українських блогерів — це громадські активісти, ветерани, волонтери або звичайні люди, які здобули популярність завдяки своїй щирості, патріотизму та оперативності в реагуванні на події. Такий підхід робить блогінг близьким до широкої аудиторії, оскільки люди довіряють тим, хто ділиться їхніми переживаннями та цінностями. Однак цей характер блогерської діяльності також має свої ризики, адже без належної професійної підготовки чи стандартизованих етичних норм контент може бути неповним або навіть маніпулятивним.

Така ситуація вимагає створення нових підходів до розвитку блогерської діяльності в Україні. Оскільки блогери в країні не завжди мають професійну підготовку в журналістиці або комунікаціях, необхідно впроваджувати освітні програми та стандарти, які дозволять підвищити якість контенту. Розвиток медійної грамотності серед блогерів і їхніх аудиторій стане важливим кроком до підвищення довіри та зменшення впливу маніпуляцій та дезінформації.

Варто звернути увагу й на рівень технологічного забезпечення блогерської діяльності. У розвинених країнах інфлюенсери мають доступ до професійного

обладнання, студій, агентств підтримки, аналітичних інструментів. В Україні ж багато блогерів працюють фактично «з колін», використовуючи смартфон і базовий монтаж [9].

Тим не менш, навіть за обмежених ресурсів вони здатні створювати високоякісний контент, що змагається за увагу глобальної аудиторії. Прикладом такого успішного самостійного контенту є YouTube-канали Ігоря Лаченкова або Андрія Щегеля, які без участі продакшенів зібрали сотні тисяч підписників завдяки креативності та щирості.

Ще однією відмінністю є доступ до платформ та регіональні обмеження. Наприклад, китайські блогери не мають доступу до YouTube, Facebook чи Instagram і змушені працювати через внутрішні платформи (Weibo, Douyin). Це призводить до формування замкнутих екосистем і контролю з боку держави. В Україні, на щастя, блогери мають повний доступ до глобальних платформ і можуть вільно виходити на міжнародну аудиторію, що є великою перевагою в умовах гібридної війни та інформаційного фронту.

У деяких країнах, як-от у Швеції чи Канаді, блогерська діяльність розглядається як підприємництво, а держава створює сприятливі умови для оподаткування, легалізації доходів, реєстрації авторів контенту як самозайнятих осіб. В Україні відповідні механізми лише починають впроваджуватись: наразі більшість блогерів не зареєстровані як ФОП, що ускладнює для них участь у легальних рекламних контрактах.

У довгостроковій перспективі важливо сформувати прозору систему оподаткування для інфлюенсерів, щоб гарантувати стабільний розвиток сфери.

Ще один аспект — міжнародні колаборації. У багатьох країнах блогери активно співпрацюють між собою через кросплатформенні проекти, подкасти, спільні стріми. В Україні цей напрям розвивається, однак поки що не має такої масовості.

Проте вже з'являються приклади спільних проектів між українськими та іноземними блогерами, зокрема в контексті інформаційної підтримки України

під час війни. Прикладом є кооперація між українськими блогерами та західними медіа в рамках інформаційної кампанії «Be Brave Like Ukraine».

Порівнюючи блогінг у контексті психологічного впливу, можна зазначити, що західні країни активніше регулюють вплив контенту на молодь. Наприклад, TikTok у ЄС обмежує показ реклами для користувачів молодше 18 років, а в Instagram у США — заборонена реклама дієт або пластичних операцій для неповнолітніх.

В Україні ж подібні обмеження практично не діють, що створює ризики, пов'язані з впливом хибних ідеалів або агресивної комерціалізації на психіку підлітків.

Спостерігається різниця у репрезентації тем екології, прав людини та інклюзії. У країнах Західної Європи блогери активно використовують свої платформи для просування ідей сталого розвитку, рівності, толерантності. В Україні ці теми поки не є мейнстримними, хоча за останні роки з'явилась низка блогерів, які висвітлюють проблеми навколишнього середовища (наприклад, блог Аліни Боднар — «Зелена Шафа») або прав ЛГБТ+.

Загалом, попри спільні глобальні риси, українське блогерство має свій особливий соціальний та моральний вектор. Воно виступає не лише як форма самовираження чи бізнесу, а часто як форма інформаційного волонтерства та елемент національного спротиву.

У цьому — його унікальність і потенціал. У той час як в інших країнах блогери діють у стабільному середовищі, українські інфлюенсери працюють у контексті постійних викликів, які вимагають не лише креативності, а й мужності, відповідальності та етичної стійкості.

3.3. Рекомендації щодо вдосконалення журналістської діяльності блогерів

Блогерська діяльність дедалі більше нагадує журналістику — з тією лише різницею, що більшість блогерів не мають фахової освіти, не дотримуються загальноприйнятих журналістських стандартів і не підпадають під дію

професійних етичних норм. Саме тому питання вдосконалення блогерської журналістської діяльності стало надзвичайно актуальним, особливо в умовах інформаційної війни, поширення фейків і зниження довіри до традиційних ЗМІ.

Одним із найважливіших напрямів удосконалення є формування в блогерів усвідомлення етичної відповідальності за публічну інформацію. Відсутність спільного етичного поля в блогерській спільноті призводить до маніпуляцій, порушення прав людини, поширення упереджень або дезінформації. Запровадження добровільного етичного кодексу, розробленого у співпраці з журналістськими організаціями, правозахисниками та самими блогерами, стало б важливим кроком до підвищення професіоналізму. Такий документ міг би включати вимоги до правдивості, достовірності джерел, дотримання недоторканності приватного життя, обов'язкове маркування рекламного контенту, повагу до аудиторії та недопущення мови ворожнечі. Вже зараз існують зародки таких ініціатив — наприклад, в Європі функціонують професійні асоціації блогерів, що розробили внутрішні стандарти діяльності. Натомість в Україні відсутність таких об'єднань залишає блогерське середовище поза межами етичного контролю.

Важливим є підвищення професійної кваліфікації блогерів. Значна частина контентмейкерів не має журналістської освіти або досвіду в медіа. Як наслідок — в інтернеті поширюється недостовірна інформація, емоційно маніпулятивні дописи, упереджені судження. Підвищити якість контенту можливо шляхом організації системного навчання: онлайн-курсів із журналістської етики, тренінгів із перевірки фактів, семінарів із цифрової безпеки, авторського права та стандартів роботи з чутливою інформацією. В Україні вже існують ініціативи, орієнтовані на блогерів — серед них курси від проєктів Media Development Foundation, StopFake, Internews Ukraine. Однак вони ще не охоплюють широку блогерську аудиторію і потребують державної підтримки та розширення.

Необхідним є інституціоналізація блогерського середовища. Йдеться про створення незалежних професійних спільнот, об'єднань або асоціацій блогерів, які могли б здійснювати саморегуляцію, представляти інтереси учасників на

законодавчому рівні, організувати взаємодію з традиційними ЗМІ та міжнародними структурами. Подібні асоціації успішно функціонують у країнах Європейського Союзу, де вони надають членам правову підтримку, організують навчання та забезпечують стандарти якості. В Україні створення такої структури стало б важливим етапом у становленні якісного, відповідального блогінгу. Це особливо актуально у контексті війни та протидії інформаційній агресії росії.

Окреме місце в розвитку блогерської діяльності займає питання правового регулювання. З одного боку, надмірний контроль над блогерами може стати загрозою для свободи слова, обмежуючи можливість вільного висловлення думок і висвітлення важливих тем. З іншого боку, відсутність чітких правових норм створює прогалини, які дозволяють зловживати впливом, поширювати маніпуляції, дезінформацію та порушувати права інших людей. Це питання є особливо актуальним у контексті розвитку блогерської діяльності в Україні, де на сьогоднішній день існує лише загальне законодавство про рекламу та ЗМІ, яке не охоплює всі особливості та специфіку роботи блогерів.

У країнах ЄС уже впроваджено певні механізми регулювання блогерської діяльності. Наприклад, у Франції блогери, які заробляють на рекламі, повинні реєструватися як підприємці, а за порушення правил рекламної прозорості передбачені штрафи та санкції. Такий підхід забезпечує певний рівень контролю за блогерською діяльністю, не порушуючи основних прав громадян на свободу слова. В Україні ж ситуація з регулюванням блогерської діяльності наразі залишає бажати кращого, тому виникає потреба у створенні нових законодавчих ініціатив, що забезпечать не тільки прозорість, а й захист прав блогерів та їхніх аудиторій.

Одним із ефективних підходів до регулювання блогерської діяльності може стати запровадження добровільних стандартів та рекомендацій для блогерів, а також створення реєстрів добросовісних блогерів. Така модель дозволить стимулювати відповідальність серед блогерів без застосування жорстких законодавчих санкцій. Впровадження стандартів прозорості та етики в

блогерську діяльність дасть змогу знизити ризики маніпуляцій та зловживань, одночасно зберігаючи свободу вираження думок. Крім того, розвиток таких ініціатив сприятиме формуванню довіри з боку аудиторії, що є важливим для сталого розвитку блогерської сфери.

Удосконалення блогерської діяльності неможливе без впровадження сучасних технічних інструментів для перевірки фактів і моніторингу інформаційного простору. Зокрема, популяризація таких цифрових інструментів, як Google Fact Check Tools, NewsGuard та CrowdTangle, дозволить підвищити достовірність та якість контенту, що публікують блогери. Інтеграція таких інструментів у роботу блогерів дозволить їм ефективно перевіряти інформацію та протистояти поширенню фейкових новин. Платформи на зразок YouTube чи Instagram також можуть сприяти розвитку блогерської діяльності через створення україномовних освітніх ресурсів, орієнтованих на українських авторів, що адаптовані до місцевого законодавства та культурного контексту.

Не менш важливою є співпраця між блогерами та традиційними журналістами. Участь блогерів у професійних форумах, пресконференціях, медіа-заходах сприяє підвищенню їхньої кваліфікації та інтеграції у спільноту відповідальних комунікаторів. Приклади такої співпраці вже можна знайти в українському медіасередовищі — особливо у висвітленні повномасштабної війни, коли блогери співпрацювали з міжнародними ЗМІ, правозахисними організаціями, журналістськими об'єднаннями, забезпечуючи оперативну та правдиву інформацію з гарячих точок.

Окрему увагу варто приділити прозорості співпраці блогерів із брендами та політичними структурами. У європейських країнах чітке маркування рекламного контенту є обов'язковим і регламентується законом. В Україні ж блогери нерідко порушують ці правила — як свідомо, так і через необізнаність. Добровільні стандарти або рекомендації, зокрема щодо маркування спонсорських публікацій, позначення політичної реклами, розкриття конфлікту інтересів — мають стати частиною професійної культури блогера. Це сприятиме

відновленню довіри аудиторії та підвищенню рівня критичного мислення серед підписників.

Отже, вдосконалення журналістської діяльності блогерів в Україні — це багатовимірне завдання, що вимагає одночасної реалізації кількох взаємопов'язаних стратегій: етичної, освітньої, правової, технічної та інституційної. В умовах гібридної війни та постійних інформаційних атак, відповідальні блогери мають стати не просто джерелами контенту, а активними учасниками боротьби за правду, об'єктивність та гідність у публічному дискурсі. Формування відповідального блогерського середовища вимагає співпраці між державою, громадянським суспільством, міжнародними партнерами та самими блогерами. Лише спільними зусиллями можливо побудувати цифрову інформаційну екосистему, у якій домінуватимуть не фейки і маніпуляції, а достовірна, етична і суспільно важлива інформація.

Висновок до третього розділу

Роль блогерів у формуванні суспільної думки стрімко зростає, адже вони стають важливими джерелами інформації, здатними впливати на громадські настрої, мобілізувати аудиторію та формувати суспільні цінності. Блогери, завдяки своєму неформальному стилю подачі інформації, доступності та довірі аудиторії, все частіше замінюють традиційні засоби масової інформації. Це особливо актуально в Україні, де блогери відіграють важливу роль у протидії дезінформації, а також у популяризації громадянських ініціатив, зокрема під час війни. Блогери не лише поширюють інформацію, а й активно формують суспільні наративи, що дозволяє їм бути важливими агентами змін.

На відміну від країн ЄС, де блогінг регулюється на законодавчому рівні та підпорядковується етичним стандартам, в Україні така система лише формується. Тому дуже важливо розробити і впровадити комплексні заходи для створення відповідальної блогосфери. Це включає запровадження етичного кодексу для блогерів, професійну освіту, створення асоціацій, а також розвиток саморегулювання та прозорості співпраці з державою та платформами. Такі кроки

допоможуть створити блогосферу, яка буде не тільки впливовою, а й етично орієнтованою, що сприятиме розвитку демократичного суспільства та зміцненню інформаційної безпеки в Україні.

Важливо також враховувати глобальні тенденції та адаптувати кращі міжнародні практики до українського контексту. У країнах ЄС вже існує система саморегулювання блогерської діяльності через професійні об'єднання, які встановлюють чіткі правила щодо реклами, що сприяє прозорості та довірі з боку аудиторії. В Україні ці процеси тільки набирають обертів, тому держава, громадянське суспільство та самі блогери мають працювати разом, щоб створити сприятливе середовище для розвитку відповідального контенту. Це допоможе посилити довіру до блогерів і забезпечити більшу ефективність їх впливу на суспільні процеси.

Ключовим аспектом є також розвиток критичного мислення серед аудиторії, що дозволить їй краще орієнтуватися в інформаційному просторі та розрізняти правдиву інформацію від маніпуляцій. Залучення громадян до процесу осмислення контенту сприятиме створенню більш здорового медіапростору, де кожен зможе активно брати участь у формуванні суспільних процесів і прийнятті рішень. Таким чином, відповідальність блогерів і розвиток критичного мислення в суспільстві й надалі будуть важливими факторами у забезпеченні інформаційної безпеки в Україні.

ВИСНОВКИ

У процесі виконання дипломної роботи були розглянуті теоретичні основи та практичні аспекти журналістської діяльності блогерів у контексті сучасної інформаційної ситуації. Блогерство виявилось потужним елементом медіапейза, яке відіграє важливу роль у формуванні громадської думки та соціальних процесів. Наукові дослідження показують, що блогери займають дедалі важливіше місце серед інших учасників інформаційного простору, поступово перетворюючись на важливу складову медіапейза.

Результати дослідження, представлені в роботі, дозволяють зробити кілька важливих висновків щодо теоретичних і практичних аспектів діяльності блогерів. Визначено, що блогерство стало важливим явищем у контексті журналістики, хоча його діяльність часто розглядається через призму нових жанрів контенту. Блогери, на відміну від традиційних журналістів, активно взаємодіють з аудиторією, постійно вносячи елементи суб'єктивності в інформацію, що дає їм значну перевагу у встановленні довірчих відносин з читачами.

Розгляд жанрових особливостей блогерського контенту дозволив виявити, що блогери використовують найрізноманітніші форми і методи подачі матеріалу. Вони поєднують інформативність з елементами особистих оцінок, що допомагає створювати більш глибокий зв'язок із підписниками. Проте, це також створює ризики, пов'язані з поширенням неточної або маніпулятивної інформації, що є важливим аспектом етичних проблем блогерської діяльності.

Аналіз інструментів і платформ для створення блогів показав, що вибір інструментів і платформ має суттєвий вплив на ефективність діяльності блогера. Використання різноманітних платформ, таких як Instagram, YouTube, TikTok та інших, дозволяє залучити широку аудиторію, однак потребує особливих знань у застосуванні медіа-ресурсів і маркетингових інструментів. Важливим є також розгляд методів формування та утримання аудиторії. Принципи етики блогерської діяльності повинні бути в основі роботи кожного блогера, адже без

цього діяльність ризикує стати не тільки неефективною, але й соціально небезпечною.

Що стосується впливу блогерів на сучасний інформаційний простір, то результати дослідження підтверджують, що блогери активно формують суспільну думку, причому їх діяльність є значно впливовішою в порівнянні з традиційними медіа. У певних випадках блогери можуть навіть змінювати політичні чи соціальні процеси, використовуючи свої платформи для поширення думок або відгуків. Аналіз порівняння блогерської діяльності в Україні та інших країнах показав, що хоча блогерство в Україні знаходиться на етапі розвитку, в інших країнах воно має значно більше можливостей для впливу на політичні процеси та громадську думку. Проте в Україні блогери також мають великий потенціал, зокрема, в умовах цифрової трансформації та розвитку медіаплатформ.

З урахуванням отриманих результатів дослідження, важливими є рекомендації щодо вдосконалення журналістської діяльності блогерів. Основним напрямом є удосконалення етичних норм та стандартів, які повинні бути впроваджені для забезпечення відповідальності блогерів перед аудиторією. Також варто акцентувати увагу на подальшому розвитку законодавчої бази, що регулює діяльність блогерів, і на вдосконаленні технологічних інструментів, які допоможуть зберегти якість інформації в цифровому середовищі.

Таким чином, дослідження демонструє, що блогерська діяльність відіграє значну роль у сучасному інформаційному просторі, має великий потенціал для розвитку, але вимагає відповідальності, дотримання етичних стандартів та вдосконалення технічних засобів для підвищення ефективності комунікацій із аудиторією.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 17 найкращих безкоштовних блогів.
URL: <https://www.guru99.com/uk/best-free-blogging-platform.html#1-wix> (дата звернення: 5.03.2025).
2. Блогер – хто це та як їм стати: чим займається представник цієї професії - всі останні новини на сьогодні. URL: <https://inkorr.com/bloger-hto-ce-ta-ak-im-stati-cim-zajmaetsa-predstavnik-ciei-profesii-251941> (дата звернення: 25.01.2025).
3. Виговська Н. Використання блогів у структурі традиційних медіа (на прикладі регіональних ЗМІ) / Виговська Н. // Журналістика. – 2012. – № 49. – С. 60–65.
4. Войтюк, Н. О. Морально-етичні норми блогерської діяльності / Войтюк Н. О. - Київ, 2024. -91 с.
5. Гоцур О. Соціальні мережі та блоги як інструменти реалізації PR-кампанії / О. Гоцур // Вісник Львівського університету. – 2021. – № 50. – С. 196–204.
6. Гуляк К. Блогерство як елемент сучасної інформаційної індустрії / Гуляк К, Опар Н // Proceedings of the 15th International Scientific and Practical Conference «Science and Practice: Implementation to Modern Society», Manchester, 6 лист. 2023 р. – Manchester, 2023. – С. 49–51.
7. Експертний блог Тетяни Стороженко.
URL: https://www.instagram.com/tanya_storozhenko/ (дата звернення: 21.12.2024)
8. Експертний блог Тимофія Філатова. URL: <https://www.instagram.com/filatovsmm/> (дата звернення: 21.12.2024)
9. Інфлюенсер маркетинг: порівняння українських блогерів і закордонних. URL: <https://www.theantmedia.com/post/influenser-marketing> (дата звернення: 25.04.2025).

10. Кодекс етики блогера. URL: <https://ua.hive-mind.community/blog/334,kodeks-etiki-blogera> (дата звернення: 15.03.2025).
11. Крейг Р. Інтернет-журналістика. Робота журналіста і редактора в нових ЗМІ / Крейг Р ; пер. з англ. А. Іщенко. Вид. дім «Києво-Могилян. акад.», 2017. – 324 с.
12. Мазурек Г. Блоги та віртуальні спільноти – використання в маркетингу / Мазурек Г. – Краків: Wolters Kluwer Business, 2018. – 15 с.
13. Норунчак К. Блогінг чи етика. URL: https://enigma.ua/articles/blogging_vs_etika (дата звернення: 15.03.2025).
14. Оратор і його аудиторія залучення, підтримка уваги, методи впливу. URL: <https://yak.koshachek.com/articles/orator-i-jogo-auditorija-zaluchennja-pidtrimka.html> (дата звернення: 5.04.2025).
15. Пасічник Н. Артем Захарченко: Майбутнє – за Інтернетом як каналом комунікації та Інтернет-ЗМІ як універсальними інтерактивними ЗМІ [Електронний ресурс] / Наталія Пасічник // Нова Україна. – 2011.
16. Пиголенко І. В. Роль блогерства у формуванні інформаційного простору в сучасному українському соціумі / Пиголенко І. В. // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. – 2022. – № 95. – С. 27–35.
17. Почепцов Г. Г. Токсичний інфопростір. Як зберегти ясність мислення і свободу дії / Почепцов Г. Г. – Харків : Віват, 2022. – 384 с.
18. Прийоми підтримування уваги аудиторії. URL: <https://buklib.net/books/36786/> (дата звернення: 5.03.2025).
19. Прийоми утримання уваги аудиторії. URL: https://stud.com.ua/11080/marketing/priyomi_utrimannya_uvagi_auditoriyi (дата звернення: 5.03.2025).
20. Пуговський М. Максон Пуговський про трансформацію блогінгу. URL: <http://fireon.org.ua/blogging/makson-puhovskyj-protransformatsiyu-bloginhu.html> (дата звернення: 16.12.2024)
21. Пуліцці Д. Підйом сторітелінгу як нового маркетингу / Пуліцці Д // Публікація щоквартального дослідження. – 2012. – № 28. – С. 116–123.

22. Способи утримання уваги користувачів у соціальних мережах.
URL: <https://denzadnem.com.ua/blogy/korysni-porady/205048> (дата звернення: 27.02.2025).
23. Стеблина Н. Етика у сфері соціальних комунікацій : навч. посіб. / Стеблина Н. – Львів, 2014. – 227 с.
24. Як утримувати увагу цільової аудиторії.
URL: <https://webpromoeexperts.net/ua/blog/yak-utrimuvati-uvagu-cilovoyi-auditoriyi/> (дата звернення: 5.03.2025).
25. Ярошук С. Вплив інфлюенсерів на формування суспільної думки.
URL: <https://ur.knute.edu.ua/server/api/core/bitstreams/47094e8b-0e1f-438a-8b32-96df6f3594a6/content> (дата звернення: 15.04.2025).
26. 20 Essential Tools for Bloggers to Boost Productivity.
URL: <https://www.wpfloor.com/essential-blogging-tools/> (дата звернення: 05.06.2025).
27. 22 Practical Blogging Tips for Beginners.
URL: <https://www.semrush.com/blog/blogging-tips/?msockid=3e30ae871a0962bc0a6cbf841b10631f> (дата звернення: 05.06.2025).
28. 44 Blogging Best Practices for Running a Successful Blog.
URL: <https://feather.so/blog/blogging-best-practices> (дата звернення: 05.06.2025).
29. Angadala V. Blogging vs. Journalism.
URL: <https://vamseeangadala.com/blogging-vs-journalism-top-5-differences-740742a30e22> (дата звернення: 09.06.2025).
30. Blogger.
URL: <https://www.blogger.com/about/?bpli=1> (дата звернення: 15.02.2025).
31. Blogging ethics: What you should and shouldn't do.
URL: <https://aicontentfy.com/en/blog/blogging-ethics-what-you-should-and-shouldnt-do> (дата звернення: 05.06.2025).
32. ByteGain - все в одному інструменті для копірайтингу та створення блогу.
URL: <https://uk.bytegain.com/10-free-blogging-sites-list-to-create-blogs/> (дата звернення: 15.02.2025).

33. Code of Ethics for Bloggers, Social Media and Content Creators. URL: <https://mor10.com/code-of-ethics-for-bloggers-social-media-and-content-creators/>. (дата звернення: 05.06.2025).
34. Content Creation Ethics: Principles for Blogging and Vlogging. URL: <https://surl.li/охолра> (дата звернення: 05.06.2025).
35. Difference Between Journalism and Blogging. URL: <https://www.nimcj.org/blog-detail/difference-between-journalism-and-blogging.html>. (дата звернення: 05.06.2025).
36. How to Boost Productivity as a Blogger: 10 Time-Saving Tools and Techniques. URL: <https://www.visionfactory.org/post/how-to-boost-productivity-as-a-blogger-10-time-saving-tools-and-techniques> (дата звернення: 05.06.2025).
37. Is Blogging A New Form of Journalism?. URL: <https://isoj.org/is-blogging-a-new-form-of-journalism/>. (дата звернення: 05.06.2025).
38. Roop. URL: <https://roop.app/en/> (дата звернення: 15.02.2025).
39. The Evolution of Blogging. URL: <https://medium.com/international-online-journalism/the-evolution-of-blogging-55878de98e5f> (дата звернення: 05.06.2025).
40. The Top 25 Tools Every Successful Blogger Needs. URL: <https://www.bluehost.com/blog/the-top-25-tools-every-successful-blogger-needs/>. (дата звернення: 05.06.2025).
41. To blog or not to blog?. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/blog-or-not-blog> (дата звернення: 05.06.2025).
42. Top 21 Tips For a Successful Blogging Journey. URL: <https://bowwe.com/blog/tips-for-successful-blogging> (дата звернення: 05.06.2025).
43. What is the difference between a blogger and a journalist?. URL: <https://makingdifferent.com/the-difference-between-a-blogger-and-a-journalist/> (дата звернення: 05.06.2025).
44. Wix. URL: <https://manage.wix.com/> (дата звернення: 15.02.2025).
45. WordPress. URL: <https://wordpress.com/> (дата звернення: 15.02.2025).