

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра журналістики

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

Васильченко В'ячеслав Миколайович

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2021 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»  
РОЗРОБКА БЛОГУ «МОАНА» НА ТЕМУ ОСОБИСТІСНОГО РОЗВИТКУ

Виконавець: Алексєєнко Дарія Максимівна

Керівник: канд. філос. наук, доц.

Маєвська Марина Миколаївна

Нормоконтролер: канд. пед. наук, доц.

Остапчук Світлана Сергіївна

Київ — 2021

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. БЛОГОСФЕРА ЯК НОВИЙ ЖАНР ЖУРНАЛІСТИКИ .....	6
1.1. Особливості та історія становлення блогосфери.....	6
1.2.Класифікації блогу та його ключові функції.....	15
Висновки до розділу 1 .....	22
РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА БЛОГУ ПРОСВІТНИЦЬКОГО СПРЯМУВАННЯ «МОАНА».....	24
2.1. Аналіз цільової аудиторії та концепція блогу ( створення стилю, сюжетний план і дизайн, рубрики).....	24
2.2. Просування блогу «МОАНА»: особливості та інструменти.....	34
Висновки до розділу 2.....	37
ВИСНОВКИ.....	39
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	42
ДОДАТКИ.....	46

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження:** визначається прискореним розвитком засобів масової інформації та «громадянської» журналістики в цілому, що викликало чимало думок, міркувань, суперечок щодо функціонування народної журналістики в сучасному інформаційному просторі. У ЗМІ все частіше використовують інтернет-посилання на різноманітні блоги, оскільки вони конденсують в собі кращі і зручні риси громадянської журналістики. Разом з тим, блоги дають великий простір для авторського самовираження і власне авторського розкриття теми. Взаємообмін науковим і культурними досягненнями між різними цивілізаціями став звичною нормою ще за часів Аристотеля і Платона, наших прабабусь і дідусів і нас сьогодні.

Слід зазначити, що освітня сфера особливо гостро потребує профільних Інтернет - ресурсів. Так, в мережі існує безліч сайтів, в тій чи іншій мірі, що стосуються навчально-виховного процесу, проте основним їх недоліком є відсутність системності та систематичності в викладі матеріалу. Серед різноманіття форматів, що побутують у Всесвітній мережі, блоги заслуговують на окрему увагу дослідників. Це – питомо демократичний формат, який надає своєму авторові найкращі можливості вільного висловлювання. Блоги викликають дослідницький інтерес саме тому, що мають подвійну природу: є водночас продуктом дискурсу та комунікативним інструментом. Дискурсивний характер блогосфери обумовлений тим фактом, що мережеві журнали створюються з метою оприлюднення чогось.

Одним з найбільш популярних способів інтерактивного спілкування, саморозвитку є читання та пізнання цікавого та важливого. Краща платформа в наш час – блог або Інтернет-щоденник. Цінність його полягає в тому, що, розміщуючи матеріали на сторінках блогу, ви маєте можливість спілкуватися з іншими активними учасниками мережевої спільноти, висловлювати думки,

ділитись ними, розширювати кордони своєї свідомості в пізнанні себе, світу, оточуючих. Теоретично-методологічна база дослідження полягає в роботах таких дослідників: А. Н. Тарасова, Д. Гілмор (David Jon Gilmour), Л. Мальцева, М. Шенкнех, О. І. Горошко, Пітер Мерхольц (Peter Merholz), С. Підченко, Ю. Половинчак та інші. Поки що недостатньо розглянуто особливості функціонування блогів.

**Мета дослідження** полягає в детальному вивченні та аналізі такого феномену як блогосфера і на підставі отриманих знань - створенні власного блогу просвітницької тематики.

Визначена мета передбачає вирішення таких завдань:

1. Проаналізувати блогосферу як новий жанр журналістики,
2. Дослідити історію становлення блогу, його ключові особливості та функції.
3. Розглянути специфіку розвитку блогосфери в Україні,
4. Здійснити компаративний аналіз найбільш відомих блогів просвітницького спрямування,
5. Розробити концепт власного блогу «MOANA» та популяризувати його.

**Об'єкт дослідження** – блогосфера як новий жанр журналістики.

**Предметом дослідження** є особливості створення інтернет блогу просвітницького спрямування.

**Методи дослідження.** У роботі використано культурологічні загальнонаукові методи збору та аналізу інформації. Історичний метод допоміг простежити за становленням та розвитком блогу як нового жанру журналістики. системний аналіз – забезпечив дослідження журналістики в сучасному інформаційному процесі; структурно-функціональний було використано для аналізу та розкриття блогінгу як невід'ємного елемента громадянської журналістики та виявлення таких структурних ознак, які забезпечують демократичний розвиток журналістики. Аналіз вітчизняних і зарубіжних схожих блог-платформ, допоміг дослідити ряд особливостей розвитку і функціонування журналістики в сучасній медійній сфері.

Метод контент-аналізу використовувався для розгляду наповнення видань. Компаративний метод використовувався для порівняння друкованих видань та онлайн-медіа, офіційних видань з любительським з метою оцінки їх ефективності.

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає в розкритті специфіки «Блогу». З'ясовано дієві способи популяризації блога і шляхи взаємодії з аудиторією. Блогерство висвітлено крізь призму можливостей для саморозвитку.

**Практичне значення одержаних результатів.** Результати дослідження можна використовувати для розробки власних блогів та для подальших досліджень теми особистісного розвитку в журналістиці. Матеріал можна використовувати студентам-журналістам, під час вивчення таких дисциплін як «Історія журналістики», «Інтернет-журналістика» та ін.

**Структура й обсяг дипломної роботи.** Дипломна робота складається зі вступу, 2 розділів (4 підрозділів), висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (35 джерел) і додатків. Загальний обсяг роботи становить 50 сторінок, основний текст викладено на 40 сторінках.

## РОЗДІЛ 1

### БЛОГОСФЕРА ЯК НОВИЙ ЖАНР ЖУРНАЛІСТИКИ

#### **1.1. Особливості та історія становлення блогосфери**

Одним із ресурсів, що дозволяє фільтрувати інформативний потік є блогосфера. Щодо визначення, то сучасні дослідники цього напрямку під блогом розуміють – онлайн журнал, інтернет-щоденник, основним наповненням якого є дописи, що систематично додаються. Записи можуть містити як текст, фотографії, графічні елементи, так і мультимедійний контент. А блогосфера, на думку дослідників, – це комунікативний простір, який формують користувачі блогів; сукупність усіх блогів в мережі Інтернет та зв'язки між ними, що утворюють автори та коментатори [1].

Сьогодні людина, яка веде свій блог в Інтернеті, має можливість представляти інформацію об'єктивно та незалежно. Найголовніше, що цей процес протікає без оглядки на те, яку політику веде редакція, і який формат обрало те чи інше ЗМІ. Автор блогу має право висловлювати власну думку, коректуючи її в ході комунікації з читачами, а також здатен уточнювати деякі аспекти інформації. Тобто інформативний потік у такому форматі соціальної комунікації постає вільним та «еволюційно» необмеженим. Блог забезпечує можливість суб'єктних інтерактивних відносини, оскільки автор блогу взаємодіє із іншими учасниками певної платформи в коментарях, дискутує, приймає поради та загалом дослухається думок власних читачів.

Отже, блог — це своєрідний мережевий щоденник, основною особливістю якого є доступність/відкритість іншим користувачам мережі. Люди, що ведуть власний блог, мають можливість спілкуватися з однодумцями з різних країн, різних рас та відмінними іншими особливостями. Блогосфера ж, у свою чергу,

як зібрання блогів різноманітних жанрів та форматів, становить собою один із типів соціальної комунікації сучасності.

Рішенням проблеми надлишкової і не завжди корисної/правдивої інформації в Інтернеті є створення власного, цікавого тематичного інтернет-блогу. Оскільки блогосфера – це, окрім іншого, і можливість взаємообміну науковими і культурними досягненнями між різними людьми сучасності, що в оновленому вигляді репрезентує стародавню модель евристичного спілкування прийняту ще за часів Аристотеля- Платона.

Інтернет блоги сьогодні інтегровані у всі культури і доступні з будь-якої частини світу, вони стали такою невід’ємною частиною нашого суспільства, що майже кожен з нас, так чи інакше, читає їх. З моменту свого першого заснування і до сьогодні блоги, звісно ж еволюціонували і, як очікується, будуть продовжувати змінюватися в майбутньому.

За останні кілька років в мережі з'явилася величезна кількість блогів, матеріали яких створюються групою читачів. Вони публікують новини та коментарі до новин. Крім обговорення у читачів є можливість оцінити якість самої публікації і якість коментарів. Ця громадська експертиза накладає на авторів певну відповідальність за якість розміщуваних матеріалів. Ясність і доступність блогу як технології викликають інтерес багатьох дослідників, які розглядають його як варіант індивідуального освітнього простору [15].

Одним із ресурсів, що дозволяє фільтрувати інформативний потік є блогосфера. Щодо визначення, то сучасні дослідники цього напрямку під блогом розуміють – онлайн журнал, інтернет-щоденник, основним наповненням якого є дописи, що систематично додаються. Записи можуть містити як текст, фотографії, графічні елементи, так і мультимедійний контент [4]. А блогосфера, на думку дослідників, – це комунікативний простір, який формують користувачі блогів; сукупність усіх блогів в мережі Інтернет та зв'язки між ними, що утворюють автори та коментатори [1].

Загалом, термін «блогосфера» з'явився в 1989 р. і позначав «сукупність всіх блогів», які лише починали зароджуватися як феномен соціальної комунікації

того часу. У той період у всьому світі блогів налічувалося біля кількох сотень, а зараз, за даними британської консалтингової компанії Gartner, їх уже більше сотні мільйонів [3].

Дослідники блогосфери вважають, що перші блоги в їхньому сучасному виді з'явилися наприкінці 1997 р. або початку 1998 р., хоча аналоги блогів існували вже давно.

Слід зазначити, що Інтернет-блоги вперше з'явилися в США й одержали поширення як особисті мережеві щоденники, в яких можна обговорювати те, що цікавить авторів і їхніх друзів-підписників [1].

По суті, Інтернет-блоги - це творчий розвиток ідеї інтернет-форумів у бік їхньої індивідуалізації, підвищення прав і можливостей окремих користувачів. Очевидно, що популярність блогів викликана тим, що сучасна людина стала більше прагнути до самовираження, до самостійного формування свого кола спілкування й кола джерел інформації. Блоги надали для цього зручні технічні засоби.

Електронні щоденники вписуються в класичну схему стандартної комунікаційної моделі «джерело – повідомлення – одержувач»[3]. Блоги можна віднести до одного з жанрів ЗМІ, але визначити їх в якусь групу ЗМІ поки складно. Блоги відповідають багатьом іншим властивостям масової комунікації. Вони міцно увійшли в кібержурналістику (модель нового подання інформації), є всі підстави зарахувати їх і до мас-медіа [12].

Сукупність блогів знаходить все більшу популярність і значення як для самих користувачів Інтернету, так і з-поміж професійних журналістів, які нерідко звертаються до цих матеріалів як джерел інформації.

Варто зауважити, що результатом появи блогосфери стало виникнення громадянської журналістики, яка має ряд позитивних і кілька негативних факторів. Щодо визначення, то науковці зазначають, що під громадянською журналістикою варто вбачати: «Феномен участі непрофесійних журналістів-аматорів у створенні контенту для професійних» [15]. Призначений для



користувача контент, який розповсюджується в Інтернеті очевидцями, часто має більшу оперативність, інформативність і деталізацію.

Аудиторія сьогодні виступає важливим учасником не тільки отримання інформації, а й її створення і поширення. Розвиток мережі Інтернет значно збільшив ці можливості: спостерігається практика відкритого діалогу виробників і споживачів інформаційного продукту в віртуальному просторі.

Отже, уточнимо, що блогжурналістику в Інтернеті представляють щоденники професійних журналістів (блогжурналісти) і офіційних ЗМІ (найчастіше звані «конвергентними»).

Участь «традиційних» ЗМІ в блогосфері головним чином обумовлено зобов'язанням представляти «професійні» медіа в публічній інтернет-дискусії. Крім цього, Інтернет-щоденники дозволяють підвищити рівень довіри аудиторії до ЗМІ за рахунок того, що втягують читача не тільки в обговорення матеріалу, але і в сумісний з автором процес уточнення інформації, доповнення її невідомими або невірно потрактований журналістом фактами, корекції авторської оцінки.

Що стосується професійних журналістів, вони знаходять в блогосфері майданчик для опублікування текстів, що не потрапили в пресу, невідредагованих матеріалів, а також для апробації основних ідей планованого матеріалу. У цьому сенсі блоги для професійних журналістів надають можливість як більш відкритого майданчику для обговорення ключових ідей їх матеріалів, так і проблемного дослідницького пошуку.

Найперший блог можна прослідкувати з 1994 року, що був створений Джастіном Холлом (Justin Hall), американським журналістом-фрілансером. У цей час він був всього на всього молодим студентом університету Суортмор, і розміщений ним контент навіть не називався блогом чи щоденником. Він був просто вказаний як особиста домашня сторінка.

Коли в кінці 90-х починали вести блоги, першим типом блогерів стали власне блогери щоденників в Інтернеті. Це були люди, які хотіли вести періодику власного життя в мережі Інтернет, щоб поділитися своїм досвідом,

почуттями та найглибшими думками з аудиторією. Особисто для блогера не було правил, яких слід дотримуватися, або тем, які потрібно висвітлювати. Їхні щоденники були відкритими сторінками, входили через текстовий процесор та публікувались на простих HTML- сторінках.

Лише у 1997 році був введений термін «веб-журнал». Це слово приписується Йорну Баргер (Jorn Barger), найпершому впливовому блогеру, відомому під ніком «Robot Wisdom». Цей термін був створений для відображення так званого процесу «ведення журналу в Інтернеті» під час його перегляду. У 1999 році слово «блог» ожило. Програміст Пітер Мерхольц (Peter Merholz), змінив термін «веб-журнал» на «блог». Оригінальні блоги оновлювались вручну, часто посилалися на них із центральної домашньої сторінки чи архіву. Це було не надто ефективно, але якщо ви не були програмістом, який міг створити власну платформу для ведення блогу, для початку, не було інших варіантів. Пізніше з'явилося кілька платформ для ведення блогу. Розглянемо найбільш популярні із них.

«LiveJournal» був однією з перших платформ, що здобули популярність. Пізніше «Blogger» з'явився в індустрії блогів. Він був винайдений Еваном Вільямсом (Evan Williams) і підтримував багато веб-сайтів для ведення блогів у 1999 році [6].

Початок 2000-х був періодом зростання для блогів. Всього в Інтернеті було нараховано 23 блоги. Пізніше їх кількість зросла до 50 мільйонів до 2006 року. Перерахування цього як експоненціальне зростання в галузі є цілком заниженим. Політичні блоги були одними з найпопулярніших ранніх блогів.

З 2001 році ведення блогу вийшло на новий рівень, коли з'явилося кілька інших типів блогів, метою яких були блоги про ведення блогу. У 2003 році був заснований «Weblogs Inc.» (мережа блогів, яка публікувала контент з різних тем), який був винайдений Джейсоном Калаканісом (Jason Calacanis). Пізніше він був розпроданий за приголомшливі 25 мільйонів доларів. Цей продаж змусив людей зрозуміти, що блоги стають силою, з якою слід рахуватися [7].

Окрім того, на початку 2000-х було створено кілька інших периферійних служб для ведення блогів, таких як «Technorati», яка була пошуковою системою для блогів. «Audio Blogger», що вийшов у 2003 році, і став першою послугою подкастингу.

З 2004 року починають з'являтися відеоблоги. До таких слід віднести – «AdSense», що також був запущений приблизно в той же час, і став першою рекламною мережею. Блогери змогли заробляти гроші на рекламі на своїх платформах за допомогою «AdSense».

Ряд основних медіа-сайтів створили власні блоги в середині-кінці 2000-х років або об'єдналися з існуючими блогами, щоб забезпечити додаткове висвітлення та коментарі. До 2004 року політичні консультанти, кандидати та основні новинні організації почали все частіше користуватися блогами. Вони забезпечили ідеальний засіб для передачі редакторської думки та звернення до читачів та глядачів.

З того часу професійна блогосфера стрімко розвивається, що пов'язано з її значними реальними можливостями, як засобу комунікації та опосередкованого впливу на цільову аудиторію. Зарубіжні дослідники активно вивчають цей інформаційно-комунікаційний феномен. Так, сервіс «BlogPulse» у 2010 р. налічував понад 150 млн блогів. Щодо статистики світової блогосфери, то до п'ятірки найвідвідуваніших блогів у світі входили два блоги на політично-суспільну тематику і три блоги, пов'язані з технологіями, Інтернетом, соцмережами. Виявляється, блогів японською мовою у світі більше, ніж англійськомовних (щоправда, всього на 1 %). Частка ж російськомовних блогів становила всього 2 % від загальної кількості. На жаль, про українські блоги жодної інформації не було. Кількість чоловіків-блогерів, вдвічі перевищувала кількість жінок: 67 і 33% відповідно. Стосовно статистики оновлень блогів: понад 75% світових блогів оновлюються принаймні раз на тиждень і всього 5% оновлюються рідше, ніж раз на місяць [5].

Блоги надають умови для такого «виробництва журналістського знання», яке, з одного боку, незалежно від багатьох інституційних та деяких інших

(наприклад, корпоративних) обмежень, але з іншого боку, в значній мірі визначається якісним складом учасників блогкомунікації. У цьому сенсі зміст журналістського блогу залежить не стільки

від зовнішніх по відношенню до нього факторів, скільки від особливостей дискурсної практик, характерних для самої комунікаційного середовища блогу. Журналістський інтернет-щоденник більшою мірою підпорядковується закономірностям мережевий горизонтальної комунікації, ніж принципам професійної ієрархії.

Слід зауважити, що українська блогосфера розвивається значно коротший період часу, аніж її зарубіжні аналоги. Проте вона впевнено демонструє активне зростання і нічим не відрізняється від блогів всесвітньої мережі.

Виникає знання про основні стандарти діяльності «народного» журналіста. Блогосфера стала активною сферою діяльності суспільства. Блогери створюють нові медійні напрямки, що визначають подальше функціонування блогів в інформаційному просторі. Адже блогосфера використовується не тільки для самовираження автора, а й в професійних цілях. Ставши невід'ємною частиною «громадянської» журналістики блогосфера несе важливу інформацію суспільства, передає настрій або атмосферу подій, привертає увагу до них. Блоги представляють особливий вид авторського матеріалу, який повідомляє про подію так само, як і повноцінний текст професійного журналіста [7].

Щодо структури, то у блогах записи складаються з заголовка (він може бути залишений порожнім), дати, тіла запису (тобто її основного змісту), міток запису, вказівки на кількість коментарів, посилання на додавання коментаря (коментарі до запису можуть бути заборонені користувачем) і постійного посилання на запис, по якому він відкривається на окремій веб-сторінці (в якості постійного посилання також може функціонувати заголовок або вказівка на кількість коментарів). Крім того, в деяких блог-платформах існують додаткові поля, такі як «музика», «настрій», «місцезнаходження» та ін. [7].

Основні джерела засобів масової інформації також об'єднуються з існуючими блогами та блогерами, а не просто починають вести блоги самостійно. Практично кожне основне джерело новин зараз має принаймні один щоденник, як і багато корпорацій та приватних осіб. Блогер — це людина, яка активно веде блог, — «це персона, залучена в електронну комунікацію, що проводить більшу частину свого часу спиною до реального світу, обличчям до монітора комп'ютера. Букви та інші символи, що з'являються на екрані, спілкування з віртуальними співрозмовниками замінюють багато в чому для нього дійсність дії і традиційні форми людської комунікації, причому комунікації неофіційної, інтимної, існуючої зазвичай в усній формі» [9].

До найбільш популярних блогосферних платформ в Україні та світі слід віднести такі: «ЖЖ» («Живий Журнал»), «Blogger.com», «Blogs mail.ru», «Diary.ru», «Liveinternet.ru», «Lj.rossia.org», «MySpace», «WordPress», «Joomla!», «Drupal», «Pyro», «SilverStripe», «Textpattern», «Serendipity», «Jekyll», «Subrion» і багато інших.

Блог забезпечує можливість суб'єктних інтерактивних відносини, оскільки автор блогу взаємодіє із іншими учасниками певної платформи в коментарях, дискутує, приймає поради та загалом дослухається думок власних читачів.

Варто констатувати, що блогосфера як жанр пройшла довгий шлях від створення перших блогів у 1994 році. Майбутнє, хоча й невизначене, виглядає багатообіцяючим, адже процес діджиталізації набирає стрімких обертів.

Протягом останніх десятиліть відзначаються безпрецедентним зростанням кількості блогів в глобальній мережі. Стає звичним розцінювати блоги як один із суттєвих джерел інформації, що становлять конкуренцію традиційної журналістиці. Незалежно від того, як трактують цю ситуацію журналісти — як умови жорсткої конкуренції і необхідності виживання (в зв'язку з якою застосовується правило «якщо не можеш здолати противника, його потрібно очолити») або як поява нового ресурсу для розвитку самої журналістики, стратегія реагування на виклики з боку інтернет-технологій залишається незмінною. Журналістський блогінг — це далеко не єдиний новітній

комунікаційний засіб, до якого вдаються останнім часом журналісти. 47% ЗМІ використовують онлайн відео та аудіоролики, близько 20% — відео та аудіо-подкасти, 37% — обговорення в соціальних мережах і форумах і т. д. Важливу роль в поширенні цього кошти журналістської комунікації зіграв також і світова фінансова криза, який спонукав ЗМІ різних країн світу вибирати менш витратні, але не менш ефективні засоби трансляції інформації. Втім, очевидно, що блоги не слід трактувати як свого роду «спрощену» версію традиційного ЗМІ. Парадоксально, що економія бюджету традиційних мас-медіа, спрямованого на забезпечення комунікаційного каналу, привела не тільки до утримання старої і навіть до отримання доступу до нової аудиторії, але і, по всій видимості, до серйозних трансформацій формальної і змістовної сторін журналістської діяльності.

Отже, у нашій роботі ми будемо визначати блог (скорочена версія «веб-журналу») як Інтернет-журнал чи інформаційний веб-сайт, що відображає інформацію у довільному (за бажанням автора) хронологічному порядку, а останні публікації з'являються спочатку вгорі. Це платформа, де письменник або група письменників (як професійний, так і аматорів) діляться своїми поглядами на окрему тему. Блог — це нове явище, яке з'явилося зовсім нещодавно, в 1997 році, і зараз воно активно функціонує в Інтернет просторі. Існує безліч визначень блогу, розглянувши підходи до його визначення, за основу взято наступне: блог — це веб-сайт, що містить датовані записи мультимедійного характеру, розташовані в зворотному хронологічному порядку, з можливістю залишення коментаря до записів і перегляду будь-якого запису на окремій веб-сторінці.

Далі ми звернемо увагу на функціональну специфіку журналістських блогів, помітно відрізняють їх від традиційних медіа. По-перше, блоги виконують, по термінології Романа Якобсона, емотивну функцію, яка полягає в створенні умов для вираження журналістом думки щодо фактів і коментування подій. В умовах, коли профіль журналіста, редакційна політика чи формат ЗМІ, з яким афілійований журналіст, накладають обмеження на вміст, обсяг і спосіб

викладу журналістського матеріалу, блоги дозволяють публікувати власні тексти без оглядки на формальні або інституційні обмеження. По-друге, істотною функцією ведення журналістом веб-щоденника є підтримка зворотного зв'язку з аудиторією (функція, по Р. Якобсон). Моніторинг читацької думки, уточнення інформації, збір необхідних даних, полеміка з ключових питань — всі ці комунікативні дії дозволяють журналістові не виступати в якості «інформаційного оракула», а бути відкритим для аудиторії джерелом інформації, в повному розумінні цього слова інформаційним посередником, а саму комунікацію вибудовувати не в режимі суб'єктоб'єктних, а суб'єкт-суб'єктних відносин.

І, нарешті, ще однією особливістю блог-комунікації в журналістиці є не стільки її суб'єктивний характер, а як вже ми говоримо про такому спілкуванні, в якому журналіст-професіонал не перестає бути журналістом, менш формалізоване соціальному спілкуванні. Саме наявність мінімальної кількості формальних обмежень, етикетних норм, інституційних стандартів спілкування роблять журналістську комунікацію з використанням блогів схожою на індивідуалізовані форми спілкування, однак ми повинні пам'ятати, що «щоденниковий» журналістика аж ніяк не передбачає, що журналіст перестає виконувати свої професійні завдання.

Отже, блог — це своєрідний мережевий щоденник, основною особливістю якого є доступність/відкритість іншим користувачам мережі. Люди, що ведуть власний блог, мають можливість спілкуватися з однодумцями з різних країн, різних рас та відмінними іншими особливостями. Блогосфера ж, у свою чергу, як зібрання блогів різноманітних жанрів та форматів, становить собою один із типів соціальної комунікації сучасності.

Рішенням проблеми надлишкової і не завжди корисної/правдивої інформації в Інтернеті є створення власного, цікавого тематичного інтернет-блогу. Оскільки блогосфера — це, окрім іншого, і можливість взаємообміну науковими і культурними досягненнями між різними людьми сучасності, що в оновленому

вигляді репрезентує стародавню модель евристичного спілкування прийняту ще за часів Аристотеля-Платона.

## 1.2. Класифікації блогу та його ключові функції

Існують різні види блогів, які виділяються в залежності від певних критеріїв.

Класифікація блогів відноситься до завдання присвоєння блогам однієї або кількох заздалегідь визначених категорій. Згідно дослідження науковця - Каваури (Kawaura), характерні для різних авторів особливості комунікативних і рефлексивних процесів, а також переважання одного з них над іншим лежать в основі класифікації блогів на:

відкриті / закриті журнали / щоденники, тобто такі, що містять переважно повідомлення, орієнтовані на іншу людину або на самого себе і описують події (мемуарний тип) або переживання (щоденниковий) [10].

У світі ведення блогів існують різні види блогів та блогерів, які ведуть їх для досягнення певних цілей. Блог може бути описаний за допомогою функцій, отриманих з різних його властивостей, таких як заголовки, опис, теги, публікації в блозі тощо.

Існує чимало класифікацій блогів. Серед дослідників, що вивчають це питання такі видатні науковці: Л. Мальцева, С. Підченко. Ю. Половинчак, М. Шенкнех. У нашій роботі ми опиратимемося на класифікацію А. Хитрова. Він віділяє наступні критерії:

за тематичною спрямованістю;  
за наявністю/видом мультимедіа [1].

Пропонуємо розглянути кожну із них конкретніше.

За тематичною спрямованістю:

1. *Персональні* — зазвичай носять особистий характер. Вони можуть використовувати як плейсменти «WordPress», «Blogger», «Tumblr» та подібні мережі, щоб завести блог менш ніж за п'ятнадцять хвилин і розпочати ділитися



своїми думками зі світом. Та про що пише блогер? Про все. Деякі зосереджуються на певному інтересі, наприклад, на хобі. Деякі зосереджуються на чомусь, чим вони захоплені, наприклад на політиці, чи музиці, чи мистецтві. Деякі зосереджуються на розмовах про вічні цінності, а деякі навіть такій справі, як боротьба з раком.

2. *Бізнес-блогери* — це ті, хто веде блог для свого бізнесу. Це може бути бізнес, яким вони володіють, або компанія, в якій вони працюють. Метою бізнес-блогера є залучити більше клієнтів, відвідувачів і, зрештою, клієнтів для свого бізнесу. Бізнес-блогер писатиме на теми, які привернуть їх потенційних клієнтів. Дописи в блозі охоплюватимуть такі теми, як «Створення брошури, яка сприяє розвитку вашого бізнесу», «Найкращі методи продажу в наш час» тощо.

3. *Професійні блогери* — це ті, хто веде блог, щоб заробляти гроші в Інтернеті, їхньою кар'єрною метою є отримання зарплати своїми зусиллями в блогах. Для досягнення як правило, використовують різноманітні стратегії монетизації, зокрема продаж медійної реклами, просування продуктів інших людей за комісію тощо. Кожен блог повинен мати потенціал для залучення великої аудиторії, отримання великого обсягу трафіку та придатності для рекламодавців та продажів товарів, інакше ніякої суті у подібній платформі не буде.

4. *Нішові блоги* — замість того, щоб просто зосередитись на широких темах, нішеві блоги дуже конкретні! Деякі з нішевих ідей блогу можуть бути веденням блогів про спорт, навчальні програми по диханню, написанням віршів, картин, а також присвячені любителям сюрреалістичних картин. Так, це може бути так конкретно! Завдяки нішевому блогу ви можете більше зосередитись на певній темі, що робить дослідження досить простим, а читання більш цікавим та зосередженим. Це як невеличка Інтернет-сім'я однодумців.

5. *Блог для домашнього декору* — люди люблять дізнаватися про всі ті маленькі проекти, які вони можуть здійснити самостійно у своїх будинках. Для того, щоб просте житлове приміщення перетворити в обитель турботи і тепла, господаркам доводиться істотно потрудитися. Створити особливу атмосферу

дуже просто без участі професійних дизайнерів. Ось чому блоги DIY (Do it yourself) для домашнього декору стали дуже популярними. Теми, які вони висвітлюють, варіюються від декорацій до стін, від створення спеціальних світильників до ліжок, вікон і навіть ваз та квітів.

6. *Блог про здоров'я* — останнім часом такі блоги стали надзвичайно популярними. Конкуренція в цій ніші дуже жорстка, але це не означає, що ви не зможете досягти успіху. До найбільш розкручених тем належать, наприклад, лайфхаки як добитися ідеальної фігури. Це і відео-тренування на різні групи м'язів, і рецепти ПП-смачненького, і ролики про психологію і мотивацію. Заручившись підтримкою однодумців, дівчата і хлопці домагаються прекрасних результатів! Тут є багато місця для цінної інформації, консультацій, особистого досвіду порад та підтримки.

7. *Блог для батьків* — виховання дітей - дуже популярна ніша, яка також підходить для початківців блогерів. Існує так багато тем, які потрібно висвітлити, і в довгостроковій перспективі монетизація також не є проблемою, оскільки існують десятки продуктів, призначених для батьків та дітей, про навчання і виховання дітей, про розвиваючі методики тощо. Тут пишуть переважно професійні дитячі психологи і педагоги.

8. *Релігійний блог* — також дуже популярний вид блогів. Тут люди можуть знаходити слова мудрості та спілкуватися на значущому рівні істин.

9. *Блог про моду* — блоги, в яких обговорюються новинки в світі моди, обговорюються сучасні тренди, модні покази. Тут можна прочитати думки професіоналів, поради стилістів і людей, небайдужих до світу моди, а також дізнатися усі новинки та побачити ескізи майбутніх шедеврів.

10. *Музичні* — блоги, в яких автори висловлюють свої музичні уподобання, обговорюють новинки в світі музики.

11. *«Дискусійний блог»* — створюється журналістом не стільки з метою висловлення думки або інформування читачів, скільки відповідно до функцій забезпечення зворотного зв'язку і створення спільнот: дискусія дозволяє як

провести моніторинг можливих реакцій на текст або його інтерпретацій, так і скоординувати загальні погляди, позиції і дії.

12. «Блог нішевих новин» — являє собою щоденник, присвячений локальним або спеціалізованим тем (новин, коментарям), а також їх обговорення з читачами.

13. «Блог новин серіалів» — специфічний тим, що він орієнтований на тематично вузьке, але розгорнуте в часі висвітлення подій. Кожен наступний пост є або сюжетним продовженням попередніх записів, або розгорнутою відповіддю на предмет дискусії в блозі. Цей тип щоденника безперечно орієнтований на реалізацію інформаційної, емотивної і референтивної функцій, але крім цього його «незавершена» форма дозволяє максимально довго утримувати увагу читачів, і тому очевидна також його фатична функція.

14. «Іміджевий блог» — для популярних журналістів блог виступає в якості ще однієї публічної трибуни. Відмінною особливістю таких щоденників є фактор бренду. Публічним журналістам можна не боротися за свого читача, бренд працює на цей блог. Зауважимо, що сам популярний журналіст рідко вступає в дискусію зі своїми читачами.

Звісно, це не повний перелік видів тематичних блогів. Адже скільки людей, стільки і їхніх вподобань, інтересів та сфер, про які вони пишуть. Тому цей список можна продовжувати.

Таким чином, це основні типи щоденників за тематикою, але є ще багато чого для відкриття. Існують також блоги спільнот, некомерційні блоги, блоги веб-камер у реальному часі, блоги з трансляцією ігрових скриньок, щоденники типу пристроїв, щоденники подкастів, різні відеоблоги та комбінації всіх типів. Ви зможете вибрати свій тип і створити власний щоденник, щоб розпочати свою подорож у блогах.

Також варто розглянути класифікацію за наявністю/видом мультимедіа:

- *Текстовий блог* - основний зміст складають тексти.
- *Фотоблог* - основний зміст складають фотографії.
- *Музичний блог* - основний зміст становить музика.

-*Подкаст і блогкастинг* - основний зміст блогу надиктовують і викладається він у вигляді MP3-файлів.

- *Відеоблог* - основний зміст представлено у вигляді відеофайлів [11].

Як ми бачимо, існують різні підходи до класифікації блогів, але розгляд цього аспекту не є головною метою даної роботи. Вивчаючи класифікацію, ми наближаємося до функцій блогосфери, а потім і до місії блогу як такого і вже на основі цих знань зможемо сформувати власний блог-проект просвітницького спрямування.

Діяльність мас-медіа передбачає виразне усвідомлення всіх можливостей журналістики як соціального об'єкта, як сфери діяльності і як сфери творчості. Тому необхідно детально розглянути функції блогу як елементу журналістики.

Функціями в журналістиці прийнято називати сукупність її обов'язків і виконуваних завдань. Блоги - це найновіше захоплення Інтернетом, але чи служать вони певній меті? У ході опитування блогерів, проведеного «Live Journal» в 2005 році, були виділені наступні функції блогів: розважальна, наочна (актуальність подій), рефлексивна, функція спільного доступу, комунікативна, мультимедійна, опитувальна, мобільна, просвітницька та функція саморозвитку [20].

Пропонуємо розглянути кожен з них предметніше.

### *1. Розважальна.*

Блоги є невичерпним джерелом розважального читання. Краще дізнаватися про новини та висловлювати свої думки відносно почутого чи прочитаного, ніж просто слухати, окрім того, багато блогів містять розважальний контент як основний.

### *2. Миттєвої публікації - легко редагувати!*

Ви можете опублікувати щоденник за лічені хвилини, це означає, що останні новини чи поради можуть негайно дістатись до читачів бібліотек, а блоги можуть бути в курсі, просто редагуючи публікації для внесення змін до інформації, якщо вона стає неточною. Ключова риса цієї функції – актуальність та наочність.

3. *Рефлексивна функція* інтернет-щоденника двояка: ця функція пов'язана з тим, що блог надає можливість учасникам створити образ іншого Я. З одного боку, для коректного і короткого опису подій власного життя, резюмування переживань, поглядів необхідний погляд на себе з боку, очима потенційного читача; з іншого боку, сам процес ведення щоденника є пролонгованими роздумами вголос, винесеним назовні процесом рефлексії. Крім того, щоденник дозволяє подивитися на себе минулого і сформулювати уявлення про себе майбутньому, ідеальному або, навпаки, небажаному. А це істотна частина рефлексивної діяльності самосвідомості людини, необхідна для формування індивідуальності [9].

#### 4. *Функція спільного доступу.*

Блогами можна легко ділитися через Фейсбук та Твіттер, щоб інформація та новини могли швидко поширюватися на різних платформах соціальних медіа - потенційно охоплюючи більше читачів. Блоги, виконуючи функції соціальних мереж, дозволяють підтримувати втрачений в реальному житті соціальний зв'язок між людьми. Також завдяки особливості відкладеної багатокористувацької комунікації деякі з респондентів використовують блоги з нетрадиційною метою - для організації взаємодії робочої групи, обговорення робочих питань і т.ін.

#### 5. *Комунікативна.*

Блоги дозволяють коментувати кожен зроблену публікацію, це означає, що вміст може бути легко обговорений читачами, а також можна швидко поставити запитання та відповісти на них. Це корисна функція, зокрема, для освітніх блогів, оскільки ідеями можна ділитися та розвивати їх у межах спільноти блогів. Це ніби психотерапевтична функція: виплеснути емоції, викласти наболіле. Як спосіб поскаржитися на життя безлічі людей відразу і отримати у відповідь заспокійливі «погладжування» [13]. Як для «читачів» так і для «письменників» можна виділити два напрямки комунікативної мотивації у використанні блогів – спілкування зі знайомими і розширення кола спілкування. У той час як одні люди заводять блог для зручності комунікації з наявними

знайомими, інші заводять блог для того, щоб познайомитися з новими людьми, для розширення своєї аудиторії. Спілкуючись з іншими, отримуючи зворотній зв'язок, ви розвиваєте свої ідеї, а читання та листування допоможуть розвинути навички спілкування. Таким чином, механізм співтовариства блогерів дозволяє вести спілкування в зручному для кожного користувача режимі і з тією інтенсивністю, яка йому потрібна.

#### *6. Мультимедійна.*

Блоги - це чудова платформа для відображення інформації за допомогою мультимедіа. Вставити фотографії чи інші зображення, посилання на інші блоги чи веб-сайти, цитати, презентації та відео швидко та просто! Такі функції дійсно можуть зробити блог привабливим та цікавим для читачів і зробити отримання інформації більш інтерактивною та динамічною.

#### *7. Опитування.*

Ця функція пов'язана як з дискусіями, так і з мультимедіа, одна чудова особливість блогів – це можливість вбудовувати опитування в дописи. Це простий і швидкий спосіб попросити читачів надати свої думки щодо вашого блогу, пропозиції щодо бібліотеки або відгуки про блог чи бібліотечну послугу (І завжди є поле для коментарів для тих, хто вибирає «інше», щоб далі пояснити свої думки!) [13]. Це дуже корисно для бібліотечного маркетингу та роздумів про те, чи успішно працюють проекти.

#### *8. Функція мобільності.*

Зараз багато блогів розробили мобільні програми, які можна використовувати для доступу до вашого блогу в дорозі. Застосування мобільних технологій читачами зростає, а надання інформації, до якої можна легко дістатись через додаток для блогів, полегшить швидке та ефективне розповсюдження інформації та порад.

#### *9. Функція просвітництва та саморозвитку.*

У позитивному ключі саморозвиток постає як інструмент самотворення, самобудування особистості. Блог є як рух, спрямованість якого обирається самою особистістю і визначається її цінностями, життєвими цілями, життєвою

програмою. Саморозвиток цінний для особистості не тим, що він має позитивний відтінок, подібно самовдосконаленню, самоактуалізації тощо. У саморозвитку набагато важливішими є такі атрибутивні риси, як довільність і керованість, які забезпечують досягнення тієї мети розвитку, яку вибирає сама особистість, читаючи блоги. А оскільки за допомогою блогів можливий розвиток особистостей, що його читають, то він виконує безпосередньо просвітницьку функцію.

Таким чином, головна функція блогу — зв'язати вас із відповідною аудиторією. Чим частіші та якісніші дописи автора в блозі, тим вищі шанси на те, щоб його блог/веб-сайт буде виявлений та відвіданий цільовою аудиторією [16].

Отже, сьогодні ми вважаємо інтернет-щоденником/блогом те, що не було таким самим десять років тому. Блоги продовжують розвиватися. У світі блогосфери існують різні види блогів та блогерів, які ведуться для досягнення певних цілей – чи то альтруїстичних, чи маркетингових залежить від тематики та місії.

Слід констатувати, що використання блогосфери як джерела інформації внесло суттєві зміни в робочий процес сучасних журналістів, а ведення журналістських блогів відкрило нові горизонти професійного зростання журналіста, розширило поле їхньої діяльності, надало додаткові можливості, - все це відіграє важливу функцію блогосфери в наш час.

У розділі ми розглянули історію становлення блогу, його класифікацію та функції, які він сьогодні виконує. Створюючи щоденник, слід почати із визначення типу блогера, яким автор хоче стати. Успіх персонального блогера полягає в тому, щоб знайти інших, хто поділиться його дописами. Найкращий спосіб побудувати спільноту для особистого блогу - це знайти інших персональних блогерів, які розділяють однакові інтереси. Знайшовши їх, слід коментувати їхні щоденники та такої взаємодії з іншими блогерами, останні почнуть взаємодіяти у відповідь.

## Висновки до розділу 1

У першому розділі розкрито поняття «Блог», історію його створення, особливості та основні функції, а також різновиди і класифікацію блогів. Блоги продовжують розвиватися. За допомогою блогів можна як і дізнатися, так і розповсюдити потрібну інформацію, а також зрозуміти, що саме хоче бачити у блозі аудиторія. Слід констатувати, що використання блогосфери як джерела інформації внесло суттєві зміни в робочий процес сучасних журналістів, а ведення журналістських блогів відкрило нові горизонти професійного зростання журналіста, розширило поле їхньої діяльності, надає додаткові можливості, — все це відіграє важливу функцію блогосфери в наш час.

Важливою особливістю розвитку засобів масової інформації на зламі епох стала поява громадянської журналістики. Розвиток глобальної мережі дозволив здійснювати відкритий діалог між виробниками і потреби інформації. Рядовий користувач Інтернету має можливість створювати власні віртуальні щоденники, блоги і поширювати в них різнобічну інформацію серед широкої аудиторії. Блогінг став невід'ємним елементом сучасного медійного простору в виробництві інформаційного контенту самими користувачами мережі. Новий напрямок в журналістиці дає підстави зрозуміти суть і головні функції "цивільних" журналістів. Дослідити нові моделі журналістської діяльності, основні характеристики професіоналізації журналістів-блогерів. Розвиток блогосфери в рамках вивчення «народної» журналістики дає уявлення про сферу інтернет-журналістики як окремої діяльності, активну роль в якій грає аудиторія, створює, аналізує і поширює важливу інформацію.

Сьогодні блогосфера придбала популярність і отримала своє поширення в журналістиці. Блогосфера створює власний контент і озвучує думки мас. Користувачі глобальної мережі беруть участь у віртуальних акціях, мають право ініціювати опитування і оприлюднити результати в Інтернеті. В останні роки українська та російська блогосфери все більше розвиваються, це пов'язано як з розвитком технічних засобів, так і з ростом соціальної ролі блогінгу у важливих суспільних процесах. Сучасні українські та російські блогплатформи



дозволяють користувачам мережі ділитися актуальними і важливими подіями. Повідомивши цікаву лікації.інформацію, кожен має можливість прокоментувати, висловити свої погляди і отримати відповідь від автора публікації.

У висновку підкреслимо, що діяльність журналіста в блогосфері, звичайно ж, не означає, що будь-яке його дію ми повинні розцінювати виключно в аспекті його професійної приналежності. Журналісти можуть вести суто особисті щоденники, які не мають жодного стосунку до професійній журналістиці. Журналісти можуть вести щоденники, присвячені суспільно значущих тем, при цьому займаючись публіцистикою чи піаром, а не журналістикою. Однак в цій статті ми постаралися показати особливості використання блогів журналістами саме в журналістських цілях. При цьому важливо розуміти, що блог - це не жанр журналістики, а блогінг - не її різновид. Блог - це засіб (інструмент, платформа) журналістської комунікації, застосування якого в суто професійних цілях дозволяють журналістиці бути більшою мірою соціально відповідальною, більш оперативною, більш інтерактивною і чутливою до запитів аудиторії.

## РОЗДІЛ 2

### РОЗРОБКА БЛОГУ ПРОСВІТНИЦЬКОГО СПРЯМУВАННЯ «МОАНА»

#### **2.1. Аналіз цільової аудиторії та концепція блогу (створення стилю, сюжетний план і дизайн, рубрики)**

Будь-який продукт розрахований на свою цільову аудиторію. Від людей, зовсім не зацікавлених в сайті, сенсу мало, крім того, вони можуть ще й зіпсувати статистику кількістю дизлайків чи відписок, тим, що відразу ж закрили сторінку, як тільки на неї перейшли, і більше не повернулися.

Цільова аудиторія (або ЦА, як її часто скорочують) — користувачі, потреби яких покриває ваш продукт [17]. Залучення цільової аудиторії на сайт/блог куди важливіше, ніж загальна кількість відвідувань.

Перш, ніж створити блог, слід відповісти на ряд запитань, які формуються в конкретні завдання:

1. Дослідити кому буде цікавий журнал для саморозвитку.

Дослідження цільової аудиторії, складання «картки читача».

2. Вирішити як залучати цільову аудиторію.

Продумування рекламної кампанії.

3. Вирішити як утримувати цільову аудиторію.

Стратегія e-mail розсилок, просування блогу.

Щодо нашого проекту — Інтернет-блогу «МОАНА», слід зазначити наступне: блог задуманий як якісний інформаційний простір для розвитку людини.

Цільова аудиторія: діти (до 18 років) та дорослі (20+) обох статей.

Інформація та рубрики плануються такими, що зможуть зацікавити кожного з ЦА і надихнути на продуктивні зміни в житті (Додаток В).

Також довіра є одним з найбільш основоположних компонентів в рамках побудови відносин із споживачами. Якщо потенційний клієнт не довіряє

представнику компанії/бренду/блогеру в цілому, ділові відносини не візьмуть характер передбачуваної моделі поведінки.

Важливий аспект формування довіри — контент, який пропонує блогер повинен сприйматися на особистому емоційному рівні.

У маркетингу є ряд ключових елементів для створення довіри до компанії та до її маркетингової стратегії: перелічить через кому усі джерела

Пропонуємо розглянути ті, якими будемо користуватися при побудові довіри із читачами блогу «MOANA».

- *Послідовність.*

Немає нічого більш важливого в інтернет маркетингу для побудови довірчих відносин з цільовою аудиторією, ніж послідовність маркетингових зусиль. Послідовна публікація унікального контенту (пост, рекламне оголошення тощо), привчає цільову аудиторію розраховувати на ваші постійність послуг/випуску контенту.

- *Надійність.*

Ставши постійним джерелом корисної інформації для цільової аудиторії, стратегія контент маркетингу набуває статус надійності. Необхідно створювати такий контент, який буде достовірним або буде дублювати перевірені факти і тематичні дослідження.

- *Зміст.*

Коли компанія/блогер послідовно публікує контент, що має відношення до ЦА, зацікавлює, хвилює, впливає на читача. Створення контенту зі змістом, який описує не тільки перспективи компанії, її поточні потреби, гострі та проблемні питання, а ще й виходить за рамки ділових інтересів, що дозволяє розширити сферу спільних цінностей. Тут речення про блог ще додайте і важливість якісного контенту

- *Визнання.*

Не можна ігнорувати соціальну активність своїх підписників в Інтернеті. Це може знизити рівень довіри до блогера. Доцільно підтримувати прагнення

читачів поділитися вашим контентом або оцінити його креативність. Чим частіше вони діляться вашими постами або коментують їх, тим вище визнання вашого статусу серед цільової аудиторії.

Окрім того, блог «MOANA» як проект має чітку місію та мету.

*Місія проекту «MOANA»:* формування світогляду людини нового часу.

*Мета проекту «MOANA»:* створення кола однодумців, що усвідомлено і творчо реалізують власний потенціал.

Завдання будь-якої людини – вести самого себе до повної реалізації потенціалу, до того, щоб внести максимальний вклад в обрану справу і в поліпшення нашого світу загалом.

Саме тому ЦА нашої платформи – група людей, об'єднана спільними цілями, цінностями і смислами, в основі яких – саморозвиток. Ми всі прагнемо до самопізнання, саморозвитку у всіх сферах життя і ділимося цим зі світом. На сторінках блогу кожен читач знаходить те, що йому потрібно - докладний рубрикатор видання дозволяє додатково сегментувати цільову аудиторію.

Блог «MOANA» поєднує 2 основні цілі читання: практична (підвищення рівня обізнаності та компетенції, прагнення застосувати знання на практиці) і гедоністичних (отримання задоволення, розслаблення, естетичної насолоди).

*Концепція блогу «MOANA» (створення стилю, сюжетного плану і розробка дизайну).*

*Філософія блогу.* Відомо, що ціль кожного з нас у цьому житті – стати кращою версією себе. Саморозвиток і зростання - це не розкіш, а необхідність, якщо ваша мета – домогтися в житті успіху. Звичайно, найкраща версія себе – це не легко. Це вимагає часу і постійних зусиль, це постійний процес. Ніхто не може зробити це для вас. Якщо ви хочете рости як особистість, то тільки ви повинні здійснити цю роботу. Людина повинна розвивати свій розум, щоб зрозуміти себе, своє ставлення до інших і своє місце у Всесвіті.

А тільки коли людині вдасться розвинути свій розум і любов сильніше, ніж йому це вдавалося досі, тільки коли вона зможе побудувати світ на основі людської солідарності і справедливості, тільки коли вона зможе відчути своє

коріння в переживанні універсальної єдності людства, тільки тоді вона знайде нову, людську форму вкоріненості, і її світ стане дійсно повноцінним та спонукаючим до перманентного розвитку.

Своїм блогом ми намагаємося показати, що наша уява - це чарівний світ, що вимагає постійного оновлення. Даний блог залучає глядача до різнобічного Всесвіту. Ну і звичайно до постійного саморозвитку, адже він має ніколи не зупинятись.

*Зародження ідеї створення блогу.* Все почалося з того, що читаючи свій улюблений онлайн сервіс я задумалася: чому інтернет настільки велика мережа, а в ній так мало відомих дійсно корисних платформ. Люди готові витратити половину свого життя гортаючи безглузді картинки і спостерігаючи за життям інших, забувши про себе. Я уявила свій особистий блог: це були корисні статті, інтерв'ю з неординарними людьми і, що найбільш ля мене цікаве, він був про духовний розвиток і пов'язані з цим труднощі та переживання. Я уявила блог, який може допомогти пробудити серця, знайти дорогу до щасливого життя будь-якій людині через особистісно - духовне зростання. Розуміння важливості завдання спонукало мене до дій. Мені було необхідно місце, де я зможу ділитися досвідом свого життя, викладати свої думки, і іншу цікаву, корисну інформацію. Рішенням моєї проблеми є створення інтернет-блогу. Адже блог — це своєрідний мережевий щоденник, сайт, основною відмінністю якого є доступність іншим користувачам мережі. Блог задумувався як набір статей, тестів, порад, біографій і захоплюючих фактів, що розширюють кругозір. Роздуми про природу щастя, про своє місце у Всесвіті, про те, хто ти і навіщо прийшов в цей світ, складають, по суті, основу будь-якої філософської системи. Своїм блогом я спробую познайомити вас з різними точками зору на те, що ж є щастя і запропоную різні інструменти для його досягнення. Познайомлю з думками і поглядами на проблему експертів — практикуючих лікарів, йогів, людей, що займаються різними духовними практиками. Здатність ділитися корисним досвідом за допомогою свого Серця – це і стане головним посилом мого блогу. Проєкт про любов до читачів і можливість змінити світ на краще.

*Назва блогу: «MOANA» (Додаток А).*

Конотації: обрати саме цю назву мене надихнув Епічний диснейвський анімаційний блокбастер про дочку полінезійського вождя, яка в компанії напівбога відправляється рятувати світ. Океан обрав Моану, щоб та врятувала світ від його темряви.

Ми ж даною назвою нагадуємо, що кожен з нас є обраний і саморозвиваючись здатен покращити і світ навколо. Можливо саме тут читач знайде ресурс і натхнення для поліпшення себе.

*Цілі блогу: «MOANA»:*

1. Показати і змотивувати людей на фільтрування інформації, яку ми споживаємо кожного дня.

2. Показати значущість, цінність саморозвитку для нового, щасливого майбутнього.

3. Підвищити рівень культурної і духовної складової особистості.

4. Бути джерелом корисної інформації, любові і радості для кожного з нас.

*Завдання блогу: «MOANA»:*

1. Нагадати, що дійсно важливо: добро, співчуття і пробудження до дару життя в кожний конкретний момент через саморозвиток.

2. Варто щоб люди перестали шукати щось ззовні. Люди бояться того, що всередині, а це єдине місце, де вони можуть знайти те, що їм потрібно.

3. Зрозуміти обмеженість нашого буття і спонукати звернутися до простих, але таких важливих вічних істин.

4. Показати результати збору знань, різноманітність світу і місце людини в ньому.

5. Розглянути блог через призму історії, ступінь впливу на суспільство, філософські, психологічні, економічні та соціальні сторони.

*Структура рубрик блогу: «MOANA» (Додаток Г):*

*Постійні рубрики:*

«Хто я?»

«Цікаве»

«Медитація»

«Ліана духів»

«Натхнення»

«MOANA радить»

«Йога»

«В здоровому тілі — здоровий дух»

«Ми всі тут божевільні»

«Практики дихання»

*Періодичні рубрики:*

«Майстер класи»

«Дискусійний клуб»

Розглянемо їх докладніше.

Змістовно тематична модель надає розуміння, що знання без досвіду представляють собою їжу без поживності. Тому блог вміщує в себе різні інструменти-рубрики просвітницького та розвиваючого характеру:

«Хто я?!» – візитна картка автора щоденника, яка формується ще до початку комунікації і може з часом змінюватися. Може включати: ім'я користувача (нік), аватар (картинка або фотографія, яка супроводжує щоденникові записи і коментарі користувача, що служить його символом), так званий «статус» (підпис) або девіз (це слово або словосполучення, що виводиться на деяких щоденникових сайтах під ніком користувача, коли він залишає коментар), дизайн щоденника.

Через вербальні засоби самопрезентації – вибір імені, назви щоденника і статусу - проявляє себе номінативна здатність автора і реалізується намічена ним лінія мовної поведінки, а також основні риси віртуального образу, який ми очікуємо побачити в текстах щоденника [7]. Тут слід зазначити також можливість застосування автором блогу немовних засобів комунікації, які полегшують взаємодію:

- використання аудіо-візуальних ресурсів інтернету (картинок, фотографій, аудіо-файлів і т.ін.);

- посилань на інтернет-ресурси або інші онлайн-щоденники;
- символічних заміників-індикаторів емоційного стану/почуттів («смайлики», вказівка на «поточний настрій» і відповідну стану «поточну музику»);
- вибір стилю аудіо-візуальної презентації власного повідомлення (колір, шрифт, розмір, фон, звуковий супровід, вибір картинки, яка представляє автора, - юзерпик (user picture)) і ін. [5].

Ця рубрика познайомить читача з моїми думками, щодо створення даної платформи. Хто? Що? Навіщо? - відповіді на всі ці питання ви знайдете в даній рубриці.

*«Намхнення»* – випадковості не випадкові. Можливо просто цитата дня, а для когось, можливо, відповідь на важливе запитання. Вирішувати вам.

*«Цікаве»* – уміння правильно формулювати думки і здатність донести їх до оточуючих – грають важливу роль в спілкуванні між людьми, будь то дружня бесіда, ділові переговори, бажання переконати або чогось навчити людину. Тож варто кожному з нас кожного дня читати щось корисне та закарбовувати в пам'яті цікаві історії. Дана рубрика вміщує в себе цікаві статті, історії з життя людей та просто надихаючі рядки, наповнені любов'ю і щастям.

*«Практика дихання»* – ми дихаємо все життя, не замислюючись про те, як це відбувається. Якщо зробити процес дихання усвідомленим і додати до дихання вправи, медитації та догляд за собою, за допомогою чого можна поліпшити своє фізичне і ментальне здоров'я.

*«Медитація»* – це всілякі техніки, що застосовуються для свідомого відключення внутрішнього діалогу, щоб зосередитися на головному. Медитуючи, людина трансформує свою енергію і свідомість на більш високі рівні. Простими і зрозумілими словами, медитація – це інструмент для роботи з енергією, енергія – це все, що нас оточує. Дуже важливо на вашому духовному шляху використовувати тільки стародавні, перевірені часом духовні практики і остерігатися новоявлених, модних технік, про це в Ведах (священні тексти давньої Індії) попереджають святі вчителі. Медитація збільшує товщину деяких



відділів кори головного мозку, залучених в процеси уваги, робочої пам'яті і сенсорної обробки інформації.

«Йога» – гарна постава, відчуття рівноваги, гнучкість, витривалість, і здатність подумки концентруватися. Про все це детальніше у даній рубриці.

«Ліана духів» – або ж інша назва «аяхуаска» – безпосередній досвід свого внутрішнього світу, через який чітко видна природа труднощів або проблем і шляхи їх подолання та перетворення. У даній рубриці ви зможете ближче ознайомитись з даною практикою, познайомитись з досвідом інших людей, задати запитання та просто поспілкуватись з однодумцями, які обрали даний інструмент для саморозвитку.

«Моана звучить» – гарна музика задає настрій. Співаючі чаші, мантри та просто чарівні мелодії для душі.

«Моана радить» – дана рубрика ділиться на дві підрубрики: «Моана читає» та «Моана дивиться».

«Моана читає» – рубрика познайомить вас із книгами, які є їжею для Душі - саме для Душі, не тільки для інтелекту. І, так само, як їжа для тіла може бути доброю і злою, так і їжа-слово може принести користь і шкоду. Істини прості тільки на перший погляд. Втім, у даній рубриці просто пропонуються книги, читання яких корисно для вивчення себе. Також в коментарях під рекомендованою книгою кожен з вами буде мати змогу залишити свою рецензію та задати усі питання, які виникли у читача.

«Моана дивиться» – у цій рубриці не буде порад щодо блокбастерів або мелодрам - не тому, що їх дивитися не треба! Просто про них ви і так дізнаєтеся, завдяки мільйонам, вкладеним в рекламні кампанії. А є фільми, які не побачиш в широкому прокаті, однак вони, як нам здається, важливі для самопізнання і духовного розвитку.

«Вік живи–вік учись» – уроки, поради, мотивація, інструкції, які допоможуть кожному з нас в самопізнанні, самовдосконаленні і саморозвитку.

«У здорову тілі- здоровий дух» – якщо ми прагнемо досягти високої енергії і, в той же час, поглинаємо їжу, яка позбавляє нас цієї енергії, ми нічого не

доб'ємося. Ми звикаємо до нашої звичайної їжі, а вона, здебільшого, надзвичайно отруйна. Сьогодні ми починаємо усвідомлювати, які саме види їжі сприяють нашому довголіттю і підвищенню енергетики, а які викликають передчасне старіння. Дана рубрика допоможе з вибором корисної їжі, рецептів і просто цікавої інформація.

*«Ми всі тут божевільні»* – у нашому світі безліч талановитих людей, безліч чудових картин, скульптур, віршів і багато чого іншого, створеного прекрасними людьми. Але ми чомусь рідко приділяємо час пізнанню подібного. У даній рубриці буде інформація про творчість та прекрасних талановитих людей, роботи яких змушують затамувати подих.

Також блог міститиме в собі періодичні рубрики:

*«Майстер-класи»* – як в онлайн режимі так і офлайн, люди матимуть змогу відвідати майстер-класи талановитих людей і гарно провести час, намалювавши картину, сплести ловця снів та просто поспілкуватись з чудовими людьми. Також буде можливість відвідати крутих спікерів та не тільки.

*«Дискусійний клуб»* – багато тем і питань турбують кожного з нас, але часто немає тих, з ким можна було б поспілкуватись. Іноді буде з'являтися певна рубрика, де люди зможуть обирати цікаву для них тему і пізніше зустрічатись для знайомств і обговорень даного питання. Термін «віртуальний» в даному випадку передбачає наявність особливого простору, штучно створеного за допомогою технічних засобів, в якому існує можливість інтерактивного спілкування співрозмовників [16]. Будучи штучно створеним комунікативним середовищем, віртуальний дискурс, по суті, умовний і не має часових і просторових меж. Можливість спілкування двох і більше співрозмовників в єдиний момент часу з будь-яких точок світу викликає "розмивання" державних, національних, економічних, політичних і культурних кордонів. Віртуальний простір, таким чином, реорганізується і постає у вигляді безлічі мережевих утворень, де «збираються» учасники віртуального дискурсу чати, форуми, соціальні мережі і т.ін. [16].

б) жанри

Блог «*MOANA*» є духовно-розвиваючим в силу глибини аналізу, проникнення до суті того, що відбувається в світі, розкриваючи закономірності і причинно-наслідкові зв'язки всього довкола. Саме тому будуть переважати відповідні жанри (статті, рецензії), діалоги, огляди, поради, практики, коментарі. Блог прагне дослідити поставлене питання (пізнання світу через саморозвиток) з різних сторін, дати відповідь на різні запитання, що і визначає якість Інтернет платформи. У зв'язку з цим структура блогу включає в себе інформаційні жанри (замітки, репортажі, інтерв'ю, що допоможуть розглядати спектр подій, що відбуваються) і художньо-публіцистичні (нарис – наблизити певні явища, процеси до звичайного людського сприйняття).

*Загальна стилістика блогу «MOANA»:*

а) логотип блогу: даний логотип був обраний надихнувшись головною героїнею мультфільму.

б) задані шрифти.

в) обрані кольори: головними кольорами будуть білий та чорний (білий колір в психології асоціюється з досконалістю, вірністю і невинністю. Але ключовим поняттям в сприйнятті білого кольору вважається чистота. Це колір, який не може приховувати в собі нічого, мабуть, тому завжди виникає довіра до всього, що має такий колір. Чорний колір краще за всіх інших сприймається нашим оком. Тому дивлячись на нього око розслабляється, а за ним і нервова система приходить в спокій, дозволяючи нам зосередитися на поданій інформації).

Отже, блог «*MOANA*» буде цікавий самому широкому колу читачів. Це унікальна платформа, яка поєднує в собі прості психологічні техніки, тренерські вправи, рекомендації фахівців і реальний досвід з життя людей. Саме тому блог «*MOANA*» є актуальним у будь-який час.

## **2.2. Просування блогу «MOANA»: особливості та інструменти**

На сьогоднішній момент блогосфера інтенсивно: розвивається свої блоги мають журналісти, політики, зірки шоу-бізнесу, бізнесмени і навіть президенти.

Для багатьох користувачів блоги – це постійне джерело актуальної інформації з різних сфер: від фінансів до подарунків ручної роботи.

Просування блога починається з правильного вибору тематики і аналізу цільової аудиторії. Необхідно знати своїх відвідувачів (вік, стать, місце проживання, робоча спеціальність), орієнтуватися на їх смаки і потреби при створенні контенту.

Блог «Моана» – це відносно новий агрегатор матеріалів, який закликає замість безглузких мемів і нескінченних жартів, дізнатися багато цікавої і незвичайної інформації, яка і в голові відкладеться і проведення часу за чашкою чогось розбавить. Адже час – найцінніший ресурс, а лише нам обирати як їм розпоряджатися.

Для того, щоб знайти свою аудиторію, слід застосовувати різні канали просування. До найбільш ефективних сьогодні відносять: SEO (Search Engine Optimization); контекстна реклама, таргет реклама, email-маркетинг, месенджер-маркетинг, контент-маркетинг, регулярність викладу контенту, соц. мережі, калоборації, особистий брендінг, івент-маркетинг.

Для просування блогу «Моана», було обрано такі плейсменти:

#### 1. Розвиток особистого бренду.

Особистісна тенденція, коли авторське «Я» стає більш розкутим. Мається на увазі процес самопрезентації в стилі ведення віртуального діалога, розміщення постів-роздумів, які дозволять заявити про свою позицію. Це створює масовість публічного контенту, який виділяє серед інших.

Особистий бренд – це потужна конкурентна перевага, яке допомагає виділитись серед представників однієї ніші, збільшити впізнаваність і відвідуваність.

Щоб в соцмережах розвивати бренд варто розповісти: хто її засновник, як вона з'явилася, як довго діє і т. д.

#### 2. Контент-маркетинг.

Це означає, що:

а) складений контент-план зі списком тем і планами публікацій хоча б на місяць вперед. Крім того, за цим планом потрібно беззаперечно слідувати.

б) Статті зовсім різнобічні (огляди, поради, новини, інтерв'ю з відомими людьми, інфографіка). В цьому випадку просування блогу статтями матиме суттєвий ефект. Свій власний стиль написання, експериментувати, знати свою аудиторію.

Даний блог наповнюватиметься унікальними матеріалами, які відповідають на запитання користувачів і мають пряме відношення до мого задуму.

### 3. Регулярність викладу контенту.

Один з найважливіших моментів, на яких базується просування і розкрутка блогу – це наявність постійної аудиторії. Так ось, у цій аудиторії повинні виробитися звички з приводу цілеспрямованих, наприклад, щотижневих повернень на сайт з метою ознайомлення з новим матеріалом. Тому є стабільний графік додавання нових постів в блог. Також є важливим, не зробити серйозної помилки у вигляді припинень публікацій на період своєї відпустки. Тому я надаю перевагу підготовці матеріалу заздалегіть. Періодичність публікацій говорить про те, наскільки блог живої і як серйозно ви ставитеся до його наповнення. Це важливо і для утримання читачів, і для пошуку партнерів.

Потрапивши на цікавий блог, читач чекає нових статей. Якщо вони з'являються регулярно, у вас є більше шансів утримати аудиторію. Якщо статті публікуються рідко, з невизначеним інтервалом, людина заїде кілька разів, побачить, що блог не оновлюється, і більше не повернеться.

### 4. Соцмережі.

Способи просування блогу в соціальних мережах нічим не відрізняються від аналогічного процесу для будь-яких інших сайтів. Варто завести сторінки, паблік, групи, присвячені Вашого блогу і вести в них активну діяльність. У даному випадку буде використано: телеграм, інстаграм.

Соціальні мережі – це відмінний спосіб поділитися вмістом блогу в невимушеній і дружній обстановці. А також поспілкуватися з читачами і клієнтами.

#### 5. Знайомства з популярними блогерами.

Просування блогу в мережі може піти ефективніше, якщо почати заводити знайомства з іншими блогерами, коментувати їх пости, просити їх робити те ж саме. Крім того, можна спробувати запропонувати їм взаємний гостьовий постинг або обмін банерами.

У інших блогерів вже є своя лояльна аудиторія. Якщо тематика їх блогу перетинається з вашою, значить, це потенційно і ваша аудиторія.

З іншими блогерами є такі варіанти співпраці:

- Розмістити гостьовий пост - ви пишете статтю згідно з вимогами, автор блогу розміщує ваше біо і посилання на блог;

- Написати статтю в співавторстві;

- Домовитися про анонс статті або блогу в розсилці і так далі.

Отже, різні сервіси програми та стратегії значно допоможуть в ефективності просування блогу, але активність, перегляди блогу цілком залежать від знань, досвіду контент мейкера, який буде з працювати з даною платформою. Унікальний контент, на інтернет платформі, служить індикатором якості, а його регулярне оновлення показує, що йде робота над ресурсом. Матеріал сайту повинен нести корисну інформацію і відповідати на певні питання. Якщо він цього не робить, та ще й не оригінальний, пошукова система віднесе його до сміття, яким і так забитий інтернет.

#### **Висновки до розділу 2**

Перш за все було проаналізовано роботу з цільовою аудиторією, було вирішено такі питання: створено повноцінний функціонуючий блог для саморозвитку в мережі інтернет. Було побудовано філософію даного блогу. Грамотну редакційну політику, публікації матеріалів відомих експертів. І найголовніше, було створено блог, створена письмова частина, наповнення, контент. Мета блогу «Моана» – показати і змотивувати людей на фільтрування

інформації, яку ми споживаємо кожного дня. Бути джерелом корисної інформації, любові і радості для кожного з нас. Однією з особливостей блогу є те, що буде цікавий самому широкому колу читачів. Це унікальна платформа, яка поєднує в собі прості психологічні техніки, тренерські вправи, рекомендації фахівців і реальний досвід з життя людей. Саме тому блог «MOANA» є актуальним у будь-який час.

Результати дослідження вказують на те, що блоги розвиваються щодня. Очевидно, що популярність блогів викликана тим, що сучасна людина стала більше прагнути до самовираження, до самостійного формування свого кола спілкування й кола джерел інформації.

Важливо створювати такі блоги, які будуть не лише цікавими, а й корисними. Рішенням проблеми надлишкової і не завжди корисної/правдивої інформації в Інтернеті є створення власного, цікавого тематичного інтернет-блогу, що ми здійснили на прикладі блогу «MOANA». Оскільки блогосфера – це, окрім іншого, і можливість взаємообміну науковими і культурними досягненнями між різними людьми сучасності.

Блогінг здійснює потужний вплив на свідомість пересічного користувача, він робить споживача глобальної мережі як би свідком подій, що відбуваються в світі, збуджує почуття причетності до цих подій, дає наочне авторське уявлення про окремі епізоди громадського життя, наукові відкриття, військові зіткнення, стихійні лиха, що відбуваються в різних куточках нашої планети і дає можливість коментування цих подій.

## ВИСНОВКИ

У ході дипломної роботи було зроблено наступні висновки.

Блог – це своєрідний мережевий щоденник, основною особливістю якого є доступність/відкритість іншим користувачам мережі. На сьогоднішній день, блоги розглядалися як нове комунікативне середовище, новий жанр, нове інформаційне поле, актуальне та мобільне джерело новин, як засіб вираження громадської думки.

У даний час блоги виступають в якості інструменту, який дозволяє формувати мережеві спільноти, які є окремим видом комунікації, але, тим не менш, функціонують за тими ж принципами. Блоги задовольняють потреби



людей у спілкуванні і співучасті, так як їх форма дає можливість фіксувати події та думки, коментувати, стаючи частиною віртуального співтовариства.

У першому розділі ми дослідили історію становлення блогосфери, а також виявили класифікацію блогів та їх ключові функції. Було доведено, що сьогодні ми вважаємо щоденником не те, що не було тим самим десять років тому. Блоги продовжують розвиватися. У світі ведення блогів існують різні види блогів та блогерів, які ведуться для досягнення певних цілей. Використання блогосфери як джерело інформації внесло суттєві зміни в робочий процес сучасних журналістів, а ведення журналістських блогів відкрило нові горизонти професійного зростання журналіста, розширило поле їх діяльності, надало додаткові можливості, - все це відіграє важливу функцію блогосфери в наш час. Проблема дефіциту і надлишку інформації в суспільстві потребує нагального вирішення. Соціальні мережі з однієї сторони є виходом із інформаційного колапсу, а з іншої несуть і ряд негативних наслідків. Одним із ресурсів, що дозволяє фільтрувати інформативний потік є блогосфера. Сьогодні блогосфера набула популярності і отримала своє поширення в журналістиці. Блогінг став невід'ємним елементом сучасного медійного простору в виробництві інформаційного контенту самими користувачами мережі. Новий напрямок в журналістиці дає підстави зрозуміти суть і головні функції журналістів. Розвиток блогосфери в рамках вивчення журналістики дає уявлення про сферу інтернет-журналістики як окремої діяльності, активну роль в якій грає аудиторія, створює, аналізує і поширює важливу інформацію. Блогери створюють нові медійні напрямки, що визначають подальше функціонування блогів в інформаційному просторі. Адже блогосфера використовується не тільки для самовираження автора, а й в професійних цілях. Одна з них - саморозвиток. Завдяки своїй інтерактивності та відкритого діалогу з аудиторією, блогосфера особливо впливає на читачів.

Другий розділ дослідження присвячений розробці та впровадженню персонального блогу «MOANA». Перш за все було проаналізовано роботу з ЦА, було вирішено такі питання: створено повноцінний функціонуючий блог для

саморозвитку в мережі інтернет. було побудовано філософію данного блогу. Грамотну редакційну політику, публікації матеріалів відомих експертів. І найголовніше, було створено блог, створена письмова частина, наповнення, контент.

Отже, сучасне суспільство, насичене візуальною інформацією, нелегко здивувати. Однак блогам вдається вплинути на читацьку аудиторію і залишити новини в їх пам'яті надовго, за допомогою різних думок, суперечок, коментарів. Розвиток вітчизняної та зарубіжної блогосфери, в рамках якої аудиторія відіграє активну роль в створенні і розповсюдженні інформації у віртуальному просторі, дозволяє говорити про формування групової ідентичності. Очевидно, що популярність блогів викликана тим, що сучасна людина стала більше прагнути до самовираження, до самостійного формування свого кола спілкування й кола джерел інформації. Блоги надали для цього зручні технічні засоби. Люди, що мведуть власний блог, мають можливість спілкуватися з однодумцями з різних країн, різних рас та відмінними іншими особливостями. Блогосфера ж, у свою чергу, як зібрання блогів різноманітних жанрів та форматів, становить собою один із типів соціальної комунікації сучасності. Рішенням проблеми надлишкової і не завжди корисної/правдивої інформації в Інтернеті є створення власного, цікавого тематичного інтернет-блогу, що ми здійснили на прикладі блогу «MOANA». Оскільки блогосфера – це, окрім іншого, і можливість взаємообміну науковими і культурними досягненнями між різними людьми сучасності.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бахтін М. М. Проблема мовних жанрів. Естетика словесної творчості. Москва: Искусство, 1986. 270с.
2. Волохонський В.Л. Психологічні механізми і основи класифікації блогів // Особистісна и міжособистісна взаємодія в мережі Internet. Блоги: нова реальність. / За ред. Волохонського В. Л., Зайцевої Ю. Е., Соколової М. М. СПб.: Издательство СПбГУ, 2006. С.131–137.
3. Горошко О. І. Інтернет-жанр і функціонування мови в Інтернеті: спроба рефлексії . Жанри. Випуск 6. Жанри і мова. Саратов: Наука, 2009. С. 111–127.

4. Зайцева Ю. Роль ведення інтернет-щоденника в становленні індивідуальності // Особистість і міжособистісні відносини в мережі Internet. Блоги: нова реальність. / Под ред. Волохонского В.Л., Зайцевої Ю.Е., Соколова М.М. СПб.: Издательство СПбГУ, 2006. С.60–64.
5. Зими́на Л. Блоги как составная часть медийного пространства: к вопросу о теории блогинга / Л. Зими́на // Журналистика в 2008 году: общественная повестка дня и коммуникативные практики СМИ : сб. материалов всероссийской научно-практической конференции. М. Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова; Медиа, 2009. С. 277-278.
6. Сидорова, М.Ю. Інтернет-лінгвістика: Міжособистісне спілкування/ М.Ю.Сидорова М.: «1989.ру», 2006. С. 184.
7. Коваленко О. Блогосфера як нове медіаполе / О. Коваленко //Наукові записки Інституту журналістики [Київ. нац. ун-ту ім. Т.Шевченка]. 2009. Т. 35. С. 100-103.
8. Курчакова Н. Форми самопрезентації в блогах // Особистість і міжособистісне спілкування в мережі Internet. Блоги: нова реальність. / Под ред. Волохонского В.Л., Зайцевої Ю.Е., Соколова М.М. СПб.: Издательство СПбГУ, 2006. С. 54-59.
9. Kawaura, Y. Keeping a dairy in cyberspace / Y. Kawaura, Y. Kawakami., K. Yamashita. Japanese Psychological Research. Vol. 40. 4, 1998. С. 234 245.
10. Леонтович О. А. Компьютерный дискурс: языковая личность в виртуальном мире /О.А. Леонтович, В. И. Карасик // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. Волгоград: Перемена, 2000. С. 30-35.
11. Mehler A., Sharoff S., Santini M. Riding the Rough Waves of Genre on the Web, Berlin: Springer, 2010. С. 378
12. Щипіцина Л. Ю. Жанри комп'ютерно-опосередкованої комунікації. Архангельск: Поморський 2009. С.238

**Електронні ресурси :**

13. Blog. Encyclopedia Britannica  
 URL:<http://www.britannica.com/EBchecked/topic/869092/blog> (дата звернення: 25.04.2021)
14. Blog. Wikipedia, The Free Encyclopedia URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Blog> ( дата звернення: 08.05.2021)
15. Блог та його класифікація. URL: [https://studbooks.net/2085025/informatika/klassifikatsiya\\_blogov](https://studbooks.net/2085025/informatika/klassifikatsiya_blogov) (дата звернення: 24.04.2021)
16. Горошко О. І., Жигаліна Е.А. Виртуальное жанроведение: устоявшееся и спорное, 2011. URL: <http://www.textology.ru/article.aspx?aId=223> (дата звернення: 07.05.2021)
17. URL: <https://buhgalter.com.ua/articles/partnerski-publikatsiyi/yak-zaluchiti-bilshe-onlayn-kliyentiv-i-utrimati-yih/> (дата звернення: 05.05.2021)
18. Encyclopedia Britannica. URL: <http://www.britannica.com/>. (дата звернення: 11.05.2021)
19. Засоби комунікації // Center. URL: <http://center-yf.ru/data/ip/sredstva-kommunikacii.php> ( дата звернення: 08.05.2021)
20. Засоби масової інформації. Довідковий портал. URL: <https://www.calc.ru/Sredstva-Massovoy- Informatsii-Smi- Ponyatiye-Vidy-I-Funktsii-.html> ( дата звернення: 25.04.2021)
21. Кондрашов П.Е. Компьютерный дискурс: социолингвистический аспект: Дисс. канд. филол. наук/ П.Е Кондрашов. Краснодар,2004.URL: 49 ( дата звернення: 11.05.2021)
22. Meriam-Webster Online Dictionary since 1828. URL: <https://www.merriam-webster.com/> ( дата звернення: 12.05.2021)
23. Недбай, В. Блог як феномен політичної комунікації// Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. 2015. URL: <https://periodicals.karazin.ua/politology/article/view/3355>

t;/article/view/3355&quot;icals.karazin.ua/politology/article/view/33HYPERLINK ( дата звернення: 05.05.2021)

24. Nowson, 2006 <https://www.researchgate.net/> HYPERLINK.  
URL:&quot;[https://www.researchgate.net/publication/221251200\\_The\\_Identity\\_of\\_Bloggers\\_Openness\\_and\\_Gender\\_in\\_Personal\\_Weblogs](https://www.researchgate.net/publication/221251200_The_Identity_of_Bloggers_Openness_and_Gender_in_Personal_Weblogs) HYPERLINK  
&quot;[https://www.researchgate.net/publication/221251200\\_The\\_Identity\\_of\\_Bloggers\\_Openness\\_and\\_Gender\\_in\\_Personal\\_Weblogs](https://www.researchgate.net/publication/221251200_The_Identity_of_Bloggers_Openness_and_Gender_in_Personal_Weblogs)&quot;&quot;[https://www.researchgate.net/publication/221251200\\_The\\_Identity\\_of\\_Bloggers\\_Openness\\_and\\_Gender\\_in\\_Personal\\_Weblogs](https://www.researchgate.net/publication/221251200_The_Identity_of_Bloggers_Openness_and_Gender_in_Personal_Weblogs) ( дата звернення: 09.05.2021)

25. Сидорова, М. Ю. Рефлексия «наивного» говорящего над языком и коммуникацией (по материалам открытых Интернет-дневников).

URL: <http://marinadoma.narod.ru/inet/gender.html> 50 (дата звернення: 09.05.21)

26. Соціальна комунікація: поняття, сутність, види, рівні // StudFiles. URL: <https://studfiles.net/preview/2023069/> ( дата звернення: 11.05.2021)

27. Стан блогосфери 2010 року // Українська блогосфера. URL: <http://blogosphere.com.ua/2010/09/21/state-of-blogosphere-2010/#more-1889>.  
( дата звернення: 10.05.2021)

28. Фокіна В. Н. Мова спілкування інтернет-соціуму Рунета. Становлення і розвиток / В. Н. Фокіна. URL: [http://www.muh.ru/content/doc/110131\\_pps\\_01.doc](http://www.muh.ru/content/doc/110131_pps_01.doc)  
( дата звернення: 10.05.2021)

29. Хитров А. Блог как феномен культуры А.Хитров. URL:<http://www.management.edu.ru/images/pubs/2008/03/21/000032172>  
HYPERLINK &quot;<http://www.management.edu.ru/images/pubs/2008/03/21/0000321728/05-Nitrov.pdf>&quot;<http://www.management.edu.ru/images/pubs/2008/03/21/0000321728/05-Nitrov.pdf>&quot;<http://www.management.edu.ru/images/pubs/2008/03/21/0000321728/05-Nitrov.pdf> Назва з титул. екрану. ( дата звернення: 28.04.2021)

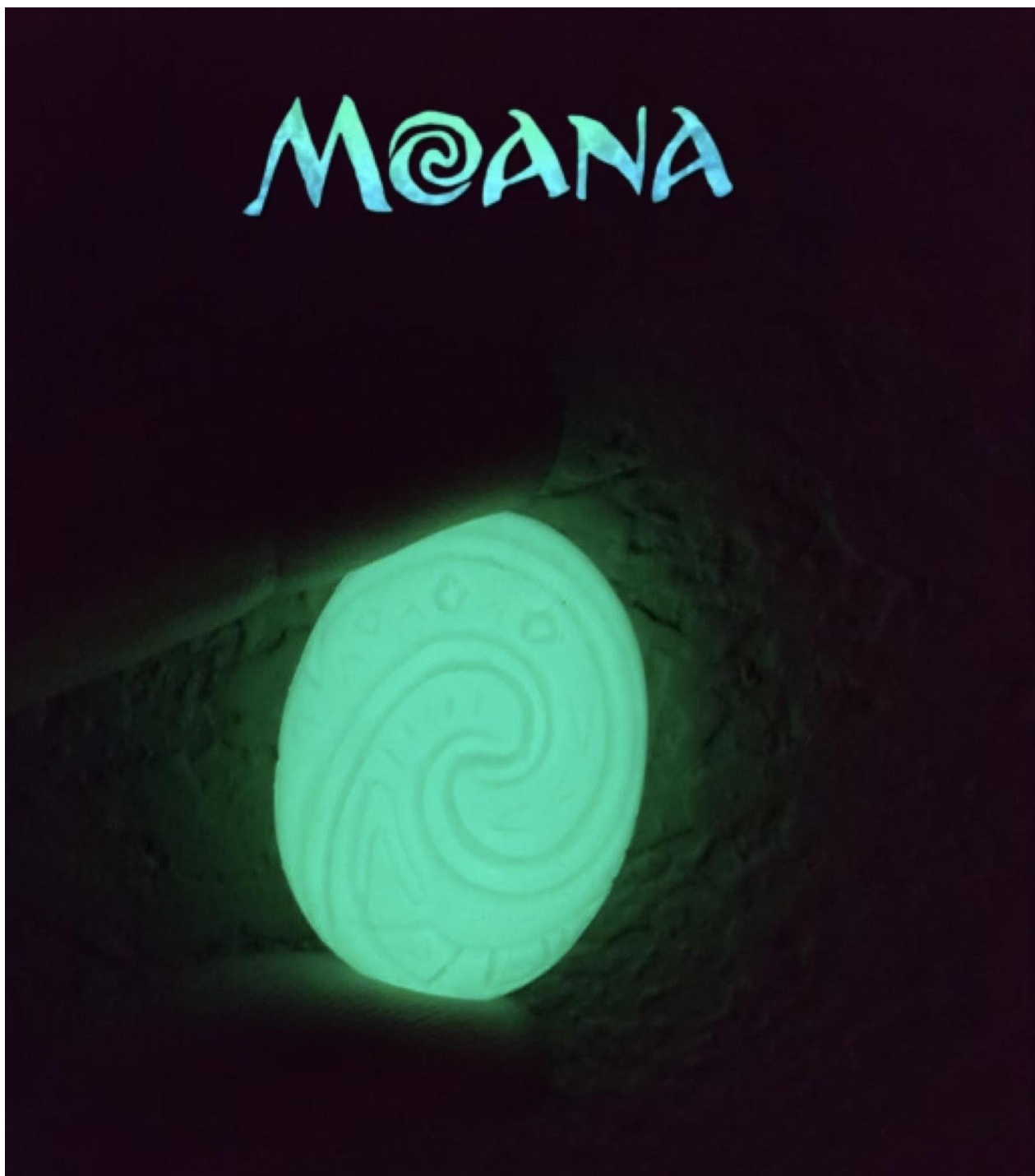
30. Чернышев Ю.Г. Использование интернет-блогов в политической Борьбе Ю.Г. Чернышев. URL: <http://www.adme.ru/business/2007/01/31/14708.html>. – Назва з титул. екрану. ( дата звернення: 08.05.2021)

31. Шагалиева Л. Блогінг / Л. Шагалиева // Leysan. URL: <http://www.mlm-leysan.ru/blogging/blogging-2/> ( дата звернення: 01.05.2021)
32. Що таке блогінг // Блог Олександра Ключова. URL: <http://pro-infobusiness.ru/kak-sozdaty-svoy-blog> ( дата звернення: 25.04.2021)
33. Що таке блог!?! URL: <https://www.hostinger.com.ua/rukovodstva/chto-takoje-blog/> (дата звернення: 26.04.2021)
34. Що таке блогосфера // DIGITALHEROES. URL: <http://blogosfera.tilda.ws> ( дата звернення: 02.05.2021)
35. Щербаківа Е., Сламова В., Кауфман О.Применение интернет-маркетинга в бизнесе. URL: <http://sisupr.mrsu.ru/2008-2/pdf/105-Sherbakova.pdf> (дата звернення: 07.04.2021).

## ДОДАТКИ

### Додаток А

#### Логотип блогу «MOANA»

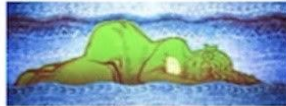


Розроблено автором



## Додаток Б.

Задані шрифти та обрані кольори.



MOANA

Інструменти щастя в  
ваших руках.

ПОДОРОЖ ДОДОМУ

*Moana*

Поширюємо дар життя по всьому  
світу

## Додаток В

Відгуки читачів



Дана платформа стала кращим  
другом на кожен день. Фільми,  
рецепти, статті..MOANA LIKE

*Ангеліна Богданівна*

Розроблено автором

Додаток Г

Рубрика « У здоровому тілі – здоровий дух»

## «В ЗДОРОВУ ТІЛІ- ЗДОРОВИЙ ДУХ».

Гуакамоле з овочами і квасолею.



## ОЗДОРОВЛЕНИЕ ВО ВСЕХ СФЕРАХ ЖИЗНЬ

Это информационная статья.

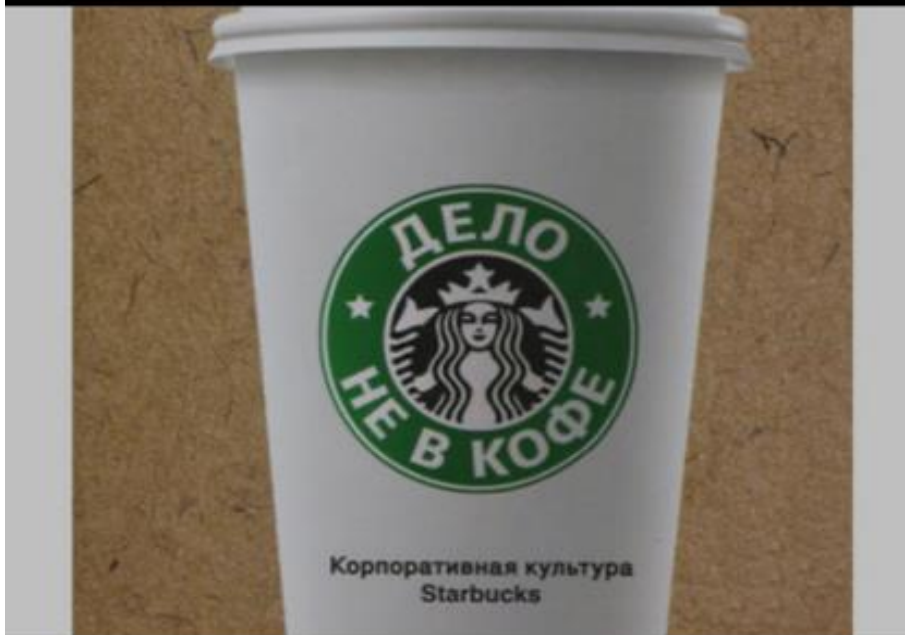
Разместите здесь новости отрасли.



Розроблено автором

## МОАНА ЧИТАЄ

Книга місяця. Діло не в каві. « Смелые мечты- это великие цели, большие надежды и радости. Скажите им «да», радуйтесь тому, что делаете и помогите другим испытать такую же радость.»



МОАНА ДИВИТЬСЯ.







## Додаток Е

