

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра журналістики

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

Васильченко В'ячеслав Миколайович

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2022 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»

СТВОРЕННЯ ІНСТАГРАМ-БЛОГУ ПРО ТЕАТР «ЗА КУЛІСОЮ»

Виконавець: Кошіль Антон Ігорович \_\_\_\_\_

Керівник: канд. пед. наук

Васьківська Олена Євгеніївна \_\_\_\_\_

Нормоконтролер: канд. пед. наук

Остапчук Світлана Сергіївна \_\_\_\_\_

Київ – 2022

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА БЛОГІНГУ ЯК ЖАНРУ ЖУРНАЛІСТИКИ.....	6
1.1. Історія зародження блогінгу та його сучасний стан.....	6
1.2. Різноманітність та особливості блогів на платформі «Інстаграм».....	13
1.3. Аналіз світових та українських інстаграм-блогів про театр.....	22
Висновки до розділу 1.....	27
РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ І СТВОРЕННЯ ІНСТАГРАМ-БЛОГУ ПРО ТЕАТР «ЗА КУЛІСОЮ».....	29
2.1. Концепція та мета інстаграм-блогу «За кулісою».....	29
2.2. Технічні аспекти та оригінальний дизайн блогу.....	33
2.3. Цільова аудиторія блогу «За кулісою» та шляхи його популяризації...38	
Висновки до розділу 2.....	42
ВИСНОВКИ.....	44
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	47
ДОДАТКИ.....	50

## ВСТУП

**Актуальність дослідження.** На сьогоднішній день блогінг виступає як один з провідних альтернативних жанрів журналістики. Це пов'язано з глобалізацією інформаційного простору, його широким спектром та розвитком соціальних мереж як нового засобу зв'язку з громадськістю. Створюються нові комунікативні системи, тому журналістика, як важливий елемент громадсько-політичної діяльності, мусить також розвиватись і «йти в ногу з часом».

ЗМІ доводиться пристосовуватись до нових реалій й виходити в інтернет-простір задля збільшення обсягу своєї аудиторії та забезпечення громадськості об'єктивною, актуальною інформацією. Старі платформи з кожним днем втрачають рейтинги й довіру серед користувачів, а найпопулярнішими засобами комунікації на сьогодні є платформи «Ютуб», «Фейсбук» та «Інстаграм».

Багато професійних журналістів створюють власні блоги задля вираження свого суб'єктивного, оціночного судження. Поширюють ці блоги зазвичай на сайтах ЗМІ, індивідуальних веб-сторінках блогера та в соціальних мережах. Останні набирають великої популярності, адже дають можливість прямої комунікації з аудиторією та можливість відслідковувати емоційний спектр. Це є важливим фактором роботи блогера-журналіста.

Нашу увагу привернула театральна сфера. Театр завжди був самобутньою частиною українського народу, в якому виражались проблеми та переживання громади. Він збагачує національну спадщину України й розвиває її культуру. А задля більшого розвитку саме культурної сфери, слід популяризувати театр, збільшити відсоток його цільової аудиторії.

Сьогодні ми можемо отримувати задоволення від перегляду вистав в багатьох театрах на будь-який смак. Але на сцені ми бачимо лише кінцевий продукт, фінальний етап роботи театральної трупи. Безліч тонкощів та деталей

театрального світу залишаються поза увагою глядача. Постає потреба у висвітленні процесів за лаштунками театру і найкращим варіантом для цього є платформа «Інстаграм» з її можливостями та кількістю споживачів, що невпинно зростає. На нашу думку створення інстаграм-блогу про театр допоможе збільшити зацікавлення людей театральним мистецтвом й допоможе підвищити рівень культурологічної грамотності. У зв'язку з цим й було обрано тему проєкту.

Дослідженням розвитку блогінгу, як жанру журналістики, займалися такі науковці: Коваленко О., Михайлова О., Ненько І., Пилипенко А. [4, 5, 8, 9].

**Мета дослідження** полягає в розкритті специфіки блогінгу як жанру журналістики, аналізі інстаграм-блогів на театральну тематику та створенні власного проєкту «За кулісою».

Відповідно до мети передбачається розв'язання наступних **завдань**:

1. Розглянути зародження блогінгу та його сучасний стан.
2. Дослідити різноманітність та специфіку блогів на платформі «Інстаграм».
3. Проаналізувати українські та іноземні інстаграм-блоги про театр.
4. Розробити власний інстаграм-блог про театр «За кулісою».

**Об'єкт дослідження** дипломної роботи - інстаграм-блоги про театр.

**Предметом дослідження** є теоретично обґрунтоване створення інстаграм-блогу про театр «За кулісою».

**Методи дослідження.** При написанні дипломної роботи використовувався аналітичний метод порівняння, що допоміг проаналізувати й зіставити різні українські та світові інстаграм-блоги про театр. Також був залучений експериментальний метод, а саме створення власного проєкту. Метод аналізу авторських проєктів було використано під час дослідження наукових робіт вчених, котрі займаються вивченням питання блогінгу як окремого жанру журналістики.

**Наукова новизна отриманих результатів** полягає в тому, що було досліджено блогінг як один з альтернативних жанрів журналістики,

проаналізовано наявні блоги театральної тематики та обґрунтовано створення власного інстаграм-блогу про театр «За кулісою».

**Практичне значення одержаних результатів** полягає в тому, що матеріали даної дипломної роботи можна буде використати для створення вебінарів про театральне мистецтво, для розвитку й просування журналістських блогів, у вигляді співпраці з різними театральними трупамі, як приклад сучасного методу поширення й популяризації культури, як інформаційне джерело для аматорських театрів. Також дана робота може бути використана викладачами при розробці спецкурсів та здобувачами вищої освіти для підготовки до практичних занять.

**Апробація результатів дослідження.** Зміст і результати дослідження висвітлювалися у виступі на XXII Міжнародній науково-практичній конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених «Політ. Сучасні проблеми науки – 2022» (Київ, 2022).

**Публікації.** Кошіль А. Театральний блогінг як жанр журналістики. Polit. Challenges of science today. International relations: Abstracts XXI International conference of higher education students and young scientists, Kiev, 2022 (тези подано до друку).

**Структура й обсяг дипломної роботи.** Дипломна робота складається зі вступу, 2 розділів (6 підрозділів), висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (30 джерел) і додатків. Загальний обсяг роботи становить 53 сторінок, основний зміст викладено на 44 сторінках.

# РОЗДІЛ 1

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА БЛОГІНГУ ЯК ЖАНРУ ЖУРНАЛІСТИКИ

### **1.1. Історія зародження блогінгу та його сучасний стан**

Сучасний світ сприяє швидкому розвитку інформаційних технологій. Журналістика, як один із провідних видів суспільної комунікації, також трансформує свою діяльність у інтернет. Це дає можливість швидко поширювати інформацію на велику аудиторію через соціальні мережі та напряду спостерігати за її реакцією. Всі ці фактори призвели до виникнення нового підвиду журналістики, а саме блогінгу. Блогінг - це комунікативний простір, котрий формують користувачі блогів; сукупність всіх блогів та зв'язки між ними, що утворюють автори та коментатори [1].

Виникає потреба в глибокому дослідженні блогінгу як жанру журналістики, адже наукових публікацій про даний вид діяльності дуже мало. Дослідники цієї сфери не надають значної уваги для розділення на два окремих поняття блогер та блогер-журналіст, що, насправді, є важливим нюансом. Блогінг, як жанр журналістики, мусить відповідати журналістським нормам й стандартам. Він надає нові можливості розвитку для журналіста, потрібно лише навчитись вправно використовувати цей ресурс, що також є нелегким завданням, адже старі методи роботи не будуть відповідати сучасному стану речей. Традиційні правила функціонування ЗМІ стають застарілими, на їх заміну приходять електронні медіаресурси, що створюють нові форми конкурентоздатності та глобалізації журналістської діяльності [7].

На початку зародження інтернету, впливовим журналістам й менш впливовим пересічним користувачам мережі відкрилась можливість поширювати власні думки й судження. Людина, котра веде блог в інтернеті, може вільно додавати тексти, графічні елементи, мультимедіа й зображення,

висловлювати власну об'єктивну думку. Деякі платформи для блогінгу навіть використовують додаткові рубрики, типу «події», «коментарі», «актуальне» та ін. [4]. Блог став все доступним та невичерпним джерелом інформації. Працівники ЗМІ отримали можливість формувати громадську позицію через поширення певного контенту незалежно від політики редакції, на яку вони працюють. Це посприяло підвищенню інтересу до поточних проблем, стало однією з причин розвитку свободи слова в медіа та суспільстві.

Використання соціальних мереж на сьогоднішній день стало частиною життя кожного із нас, вони залучаються в усі сфери діяльності сучасної людини, а саме в особистісне, громадське та професійне [2]. За допомогою різноманітних платформ стало можливим швидко збирати та поширювати суспільно корисну інформацію, аналізувати ситуацію, комунікувати із читачами. Соціальні мережі - це універсальний інструмент професійної діяльності для журналіста. Блогосфера ж є демократичним ресурсом для вираження думок.

Вперше термін блогінг, а саме «вебблог» був використаний американським блогером Йорном Баргером в 1997 році [17]. Він означав підготовку й сам процес ведення журналу в інтернеті. Блогом прийнято вважати мережевий щоденник, що має вільний доступ для будь-яких користувачів. У свою чергу, блогосфера уособлює в собі новий, сучасний тип соціальної комунікації, що поєднала блоги різних форматів.

Блоги мають свої особливості, що значно вдосконалюють журналістику й роблять її ефективнішою:

- Знаходження й створення соціальних зав'язків, що допомагає підтримувати постійну комунікацію блогера й аудиторії;
- створення мемуарів, що було неможливим в традиційному паперовому форматі медіа;
- оперативність подачі матеріалів, адже основна задача журналіста- якісно й швидко реагувати на події суспільства, за це борються всі ЗМІ;

- функціональна самопрезентація, автори блогу мають можливість постійних публічних звернень, що зацікавлює більший відсоток аудиторії й привертає більшу увагу до самого блогу;

- концентрація уваги на самовдосконаленні й моральному усвідомленні суспільства, піклування про структуроване упорядкування соціального ресурсу;

- блог відіграє роль культурної пам'ятки, зберігаючи в собі різні культурологічні фактори й транслуючи їх для майбутніх поколінь, показує індивідуальне ставлення автора до події й об'єктивність її висвітлення.

Велике значення для функціонування блогу має його пізнаваність в мережі. Блоги на сьогоднішній день інтегрували в собі різні види діяльності й дають змогу охопити велику кількість різноманітної аудиторії, що є проблемним завданням для класичних видів медіа. Автор постійно мусить думати про якість викладеного матеріалу, адже на нього відразу буде реакція й обговорення в коментарях. Громадська позиція накладає великий відбиток на публікації. Вона дає можливість швидкої популяризації в мережі, але негативні відгуки можуть призвести до спаду інтересу у цільовій аудиторії й, в свою чергу, призвести до занепаду блогу.

Американський словник Merriam-Webster термін «блог» трактує наступним чином: «вебсайт, що містить особисті роздуми, коментарі та часто гіперпосилання, відео та фотографії, розміщені автором» та «сайт, на якому хтось пише про свої переконання, діяльність та досвід» [26]. Відповідно до The New York Times, у серпні, 1999 року, Еван Вільямс, засновник й генеральний директор ІТ-компанії Pyra Labs, створив перший безкоштовний продукт для ведення блогів - «Blogger.com». Після його створення запустився процес формування блогінгу в такому виді, як ми може бачити його зараз. Це було вдосконалення публікацій, нові види шаблонів сторінок, осучаснення дизайну, додавання мультимедійного контенту, вільний доступ для поширення в соціальних мережах, коментування користувачами публікацій.

Від початку 2000-х років блогінг на політичну тематику почав набирати все більшої популярності. Це розпочало процес розвитку блогосфери як



новітнього жанру журналістики. Блогінг почав ставати масовим явищем, все більше користувачів мали змогу ділитися думками на політичну тематику, вести власні розслідування й ділитися ними в мережі. Це викликало великий дискомфорт у політичному світі, але дало поштовх, свіжий подих для журналістики. З 2007 року користувачі отримали змогу вільно публікувати в блогах відео, фото й аудіо матеріали. Це дало можливість підкріплювати свої публікації доказовою базою й розбавити тексти, зробити їх цікавішими для читання.

Гармонійне поєднання текстового матеріалу й творчого ресурсу допомогло популяризувати таку платформу для ведення блогів, як «Інстаграм». Це місце створило гарну атмосферу для пошуків односторонніх й зацікавлених людей, для поширення важливої інформації, для популяризації культурологічного контенту у вигляді блогів про театр, оперу, художню творчість й поезію. Дана платформа акцентує свою увагу на обміні фотографій (дописів) між користувачами з мінімальним текстовим доповненням. Вона дає змогу будь-кому створити власну сторінку й займатися блогінгом. Висока популярність даної платформи зумовлена тим, що в сучасному світі масовий інформаційний потік розсіює увагу людини і вона, на підсвідомому рівні, обирає візуальний контент, а не текстовий [25].

Професійні журналісти мають гарну можливість публікувати свої матеріали в блогах, досліджувати різні проблемні питання, вести дискусії з іншими користувачами, що допоможе розвинути навички комунікування, а іноді й змінити позицію журналіста, допомогти йому в об'єктивному висвітленні подій. Блоги надають умови для обговорення приводів щодо різних проблемних питань, що є актуальними на сьогоднішній день. Короткі тези на платформі «Інстаграм» з візуальним доповненням надзвичайно допомагають у висвітленні подій і працюють проти поширення фейків, пропаганди. Але вони також слугують і їх джерелом.

Дослідники блогінгу як жанру журналістики вважають соціальні мережі новим видом блогосфери. Багато вчених дискутують, чи можна вважати

сторінки в соціальних мережах повноцінними блогами. Позаяк, соціальні мережі мають певне кількісне обмеження символів розміщених у публікаціях. Але незважаючи на це, багато журналістів, які мають власні блоги, діляться зі своїми підписниками думками, переживаннями, цікавою інформацією, власними матеріалами, які опубліковані у блозі [6].

Блогінг, як інформаційно-комунікаційний феномен, широко вивчається закордонними дослідниками. З кожним роком він набирає все більшої та більшої популярності. Блогінг має великий вплив на сучасне суспільство і його формування. Передбачити майбутні тенденції розвитку блогосфери майже неможливо, адже вона не залежить ні від кого й формується завдяки змінним тенденціям користувачів соціальних мереж. Основною метою блогерства - є отримання популярності, визнання, значних коштів. Це створює великий попит на дану сферу, а отже й продукує її неупинний розвиток. Деякі блогери досягають таких успіхів у своїй роботі, що, починаючи з маленького блогу на платформі «Інстаграм», переросли в повноцінних робітників медіа. Своїми роботами вони змогли зацікавити велику кількість аудиторії й привернути увагу ЗМІ, що запропонували їм роботу. Це ще раз доводить, що блогінг - це сучасний жанр журналістики.

Багато діячів медіа ведуть власну сторінку в соціальній мережі, вони користуються великою популярністю серед інших користувачів, адже відчутна рука професійного журналіста. З-поміж інших блогів вирізняються оперативністю, чіткістю подачі інформації, балансом думок. Журналіст має можливість поширювати інформацію без жодних обмежень, незалежно від правок редактора, в оригінальній формі. Це допомагає вибудовувати власний впізнаваний серед аудиторії стиль написання публікацій. З розвитком блогосфери відкриваються можливості розвитку журналістського ремесла та вихід його на новий рівень [6].

Блогінг в Україні почав розвиватись значно пізніше, ніж його зарубіжні аналоги. Українське журналістичне мистецтво поки що перебуває на стадії сприйняття соціальної мережі «Інстаграм», як платформи для популяризації

журналістського контенту. Відтак, арсенал наукових праць, що висвітлює це питання, потребує негайного поповнення дослідженнями, які б допомогли журналістам ефективно використовувати всі інструменти просування свого контенту в «Інстаграм» [12]. Проте, на сьогоднішній день, блогосфера України нічим не поступається в своєму форматі подачі публікацій від іноземних, а в деяких випадках навіть краща.

Суспільство почало активно використовувати різні соціальні мережі для створення й просування блогів. Там користувачі мають змогу не тільки висвітлювати загальновідомі події, але й більш прискіпливо звертати увагу на деталі, що, в подальшому, можуть стати в нагоді для медіа. Зазвичай, ЗМІ для більшої кількості переглядів своїх матеріалів й підняття рейтингу видання можуть нашвидкоруч сформувати картину події. Блогер, в свою чергу, детальним вивченням ситуації може не тільки доповнити цю картину, але й повністю змінити її бачення у світогляді користувачів.

Блоги в багатьох аспектах виступають як типово медійний продукт. Унікальність, інноваційність блогосфери як медійного засобу нового типу визначають технологічні можливості мережі Інтернет і свобода висловлювання, що забезпечена цими можливостями. За десятиліття існування мережі в ній викристалізувалася специфічна стилістика, і навіть культура, яка набула чи не найбільш рафінованих, виразних форм саме у просторі блогосфери [5].

Блогінг поширює важливу інформацію, створює нові медійні напрямки, що почали впливати і на розвиток журналістики. Використовує публікації різних типів не лише в цілях самовираження позиції автора, а й в професійних цілях. Таким чином, ЗМІ звертають увагу на ці блоги й об'єднуються з ними, черпають звідти інформацію або ж співпрацюють. Це дуже зручна комунікація, адже медіа не в силі охопити такий великий об'єм інформації, який існує наразі. В свою чергу, медіасфера завжди була інструментом формування ціннісних установок громади, поведінкових стереотипів, розвінчання фейкових даних й виконувала роль культурного просвітника суспільства, адже вона поширює

інформацію до всіх, починаючи від привілейованих елементів соціальної структури, закінчуючи малозабезпеченими категоріями населення [8].

В сучасному інформаційному середовищі, де майже в кожного пересічного громадянина є зареєстрована сторінка в соціальній мережі, журналіст мусить пристосовуватись та вивчати роботу в даних ресурсах. Це запорука розвитку журналістики. А постійний розвиток неможливий без самовдосконалення, тренінгів, різного роду майстер-класів.

Блогінг - це нове явище, що з'явилося лише в 1997 році, але вже зараз активно впливає на формування суспільної думки й висвітлення найрізноманітніших подій. Функціональна складова блогінгу як сучасного жанру журналістики дещо відрізняє його від класичного медіа. За термінологією Романа Якобсона, американського філолога й мовознавця, блогосфера виконує емотивну функцію, тобто створює належні умови задля вираження журналістом фактів й коментування ним подій. Навіть в сучасному демократичному підході до висвітлення подій, медіа мають певні обмеження, цензуру, вето щодо деяких тем. Це може стосуватись обмежень обсягу матеріалів, способу донесення інформації, висвітлення деталей, інституційні обмеження редакції й теми під знаком вето. У особистому блозі журналіст може не зважати на всі ці обмеження й дати волю своєму професіоналізму. Також, гарним чинником функціонування блогінгу є його інформаційна гігієна. Періодично блогери розбавляють публікації деякими об'єктами, матеріалами з життя, що опосередковано стосуються направленню блогу. Це допомагає аудиторію розвантажитись, не надаючи цій інформації великої уваги й не стимулюючи до активної мозкової діяльності.

Отже, блогер - «це персону, 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» [15]. Блог -

це персональний щоденник в мережі, що має вільний доступ, універсальний засіб донесення інформації без жодних обмежень. Користувачі-блогери мають можливість комунікації з однодумцями з різних країн, обміном практичного й теоретичного досвіду, поширенню актуальної інформації, руйнуванню фейкових/пропагандистських блогів, розвитку, підвищенню культурного рівня аудиторії (через поширення інформації відповідного змісту), розширенню інформаційних кордонів, обміну науковими здобутками й культурними цінностями.

Створення власного блогу на платформі «Інстаграм» вирішить проблему надлишкової інформації в мережі про театральне мистецтво. Допоможе користувачам в фільтруванні правдивого й корисного контенту. Це унікальна можливість поєднати журналістський об'єктивізм з індивідуальними бажаннями й баченням ситуації. Театр завжди був самобутньою частиною українського народу, що допомагав людям культурно збагачуватись, при цьому вивчаючи історію власного народу, адже багато постанов використовували у своїй основі п'єси й поеми відомих українських письменників, що, в свою чергу, писали про славетне життя українського народу. Театральний блогінг був і залишається актуальним у всі часи. Він підтримує духовність нації й дає прихисток у найважчі для народу часи.

## **1.2. Різноманітність та особливості блогів на платформі «Інстаграм»**

Особливості інформаційного контенту та культурологічного впливу, що має блогосфера у суспільстві на сьогоднішній день, мало висвітлена в науковій літературі й потребує комплексного аналізу.

Беручи до уваги напрацювання японського науковця Каваури, загальна класифікація блогів характерна за їх комунікативними особливостями і рефлексійними процесами [15]. Класифікація блогів на платформі «Інстаграм» відбувається за авторством, наявністю мультимедіа, особливостями змісту й технічною основою. Варто зазначити, що створення матеріалу для різних типів блогу є результатом засвоєння й опрацювання концепцій блогосфери. Головна

функція блогу може варіюватись в залежності від вподобань автора й сфери, яку висвітлює автор. Це може бути комунікація з аудиторією, експресивне вираження фактів і подій, загальна соціалізація, просвітницька й культурологічна робота, рекламний матеріал, розважальні публікації.

У соціальній мережі «Інстаграм» найбільше виражена саме комунікаційна функція. Вона дає можливість блогеру транслювати свої публікації на велику кількість аудиторії, при цьому, відразу отримуючи певний коментар від глядачів з схвальними або ж негативними відгуками. Це, в свою чергу, надає можливість автору працювати над матеріалом, що він викладає на платформу й вдосконалювати його. Багатовекторна комунікація з глядачами блогу відбувається завдяки гнучкості мережі. Публікація може бути додана в будь-який зручний для автора час й так само переглянута аудиторією в будь-який час.

Дана платформа стала повноцінним ресурсом, через який користувачі можуть поширювати свої матеріали та думки, до них входять відомі політики, журналісти та медіа-діячі [10]. Раніше соціальна мережа «Інстаграм» використовувалась переважно для публікацій коротких розважальних матеріалів та світлин. Але постійна робота над вдосконаленням платформи й оптимізація її функціоналу створили прогресивний, інтерактивний ресурс для ведення власного блогу.

Блоги набувають все більшої популярності, оскільки мають низку беззаперечних переваг. Насамперед, вони надають набагато більшу свободу для творчості, ніж традиційна журналістика, оскільки не мають обмежень ні у змісті, ні у формі, ні у періодичності, ні в обсязі або кількості публікацій [13].

Виділяють два комунікаційні напрями, що використовують блогери у своїй роботі - це розширення аудиторії, включаючи закордонну, й спілкування із знайомими людьми. Причиною створення власного блогу на платформі «Інстаграм» може бути зручність комунікації із знайомими. Ви ділитесь емоціями, викладаєте публікації з власними фотографіями й відео, зазвичай, розважального характеру. Знайомі залишають коментарі до ваших дописів,

створюючи цим комунікаційну ланку. Інша ж причина, це розширення своєї аудиторії через активну діяльність блогу, що зацікавить популярних людей й приверне їх увагу до вашої сторінки, вашої особистості. Це допоможе не тільки збільшити кількість переглядів на вашому блозі, а й розширить кругозір через спілкування із знаменитостями.

При створенні блогу на платформі «Інстаграм» слід визначитись, яким саме критеріям він буде відповідати. Вибір типу блогу при його створенні й подальшому розвитку допоможе зорієнтуватись на ціль самого блогу. Таким чином, ви зможете вільно визначити правильну стратегію розвитку. Виділяють наступні критерії блогосфери: за тематикою, за наявністю мультимедіа [1].

За тематичною спрямованістю блоги поділяються на:

Особистий блог - дозволяє автору не фіксувати конкретну тематику публікацій та не проводити глибокий аналіз для визначення цільової аудиторії. Суть діяльності даного виду блогосфери полягає в тому, щоб писати тільки про те, що цікаво вам особисто, а саме ваше хобі, вподобання, стиль життя, подорожі, спортивні розваги й тому інше. Даний блог ділиться знаннями й досвідом автора, накопиченим за життя й цим набирає попит серед користувачів мережі. Найбільшого успіху в даній тематиці досягають ті користувачі, котрі змогли знайти однодумців й створили цілу спільноту для поширення власних ідей.

Корпоративний блог - висвітлює бізнес, його продукти або послуги. Центром уваги в даному виді блогінгу є збільшення трафіку для бізнесу через зацікавлення нової аудиторії в мережі. Публікації створюються з розрахунку на залучення потенційних клієнтів. Включає в себе цільову сторінку з пропозиціями товару/послуг, контакти для зворотного зв'язку, відкриту комунікація з автором через платформу для отримання більшої інформації, заклик до дій.

Нішевий блог - фокусує свої зусилля на визначеній тематиці й розвивається в даному напрямку. Деякі з цих блогів акцентують увагу на конкретній деталі (навчальна програма з йоги, літній вилов риби) задля

привернення уваги однодумців. Конкретизація блогу зменшить кількість аудиторії, але ви будете мати певність, що користувачі, котрі слідкують за вашою сторінкою, на сто відсотків зацікавлені в опублікованому матеріалі. Коментарі до публікацій у більшості випадків будуть лише схвальні або запитального характеру. Нішева блогосфера виділяє ряд наступних популярних тем: кібернетика, фінанси, музика, фільми, комп'ютерні ігри, фітнес, мода, риболовля, полювання, виховання дітей, домашні улюбленці.

Блог про культуру - створений з метою популяризації теми культури та її основних тенденцій серед користувачів мережі. Тематичної журналістики або блогосфери, що висвітлювали б культуру у всіх її проявах, на жаль, надзвичайно мало на сьогоднішній день. «Те, що часом журналісти пишуть про культурні події, ліпше б вони того не писали. Немає фахової спеціалізованої журналістики. Одна справа написати, що там-то й там-то відбувся фестиваль, а інша справа якісно проаналізувати цю подію» [9].

Автори даного виду блогінгу публікують матеріали пов'язані з мистецько-культурними подіями, акцентуючи увагу на їх важливості в духовному розвитку суспільства. Основною ціллю є формування й просування культурологічних цінностей серед користувачів мережі, підвищення їх інтелектуального рівня. Наявність відео та аудіо-компонентів на платформі «Інстаграм» зробить матеріал доступнішим й цікавішим для перегляду, зможе привернути увагу більшої кількості аудиторії.

Блог тематичних досліджень - проводить різного роду експерименти й тести з метою отримання результатів, що могли б привернути увагу суспільного інтересу. Автори використовують різноманітні стратегії, методики й детально коментують весь процес у блозі. Це, свого роду, покрокова інструкція для досягнення заданих цілей.

Гостьовий блог - автор не створює матеріал для публікацій власноруч, а займається пошуком цікавих особистостей, що могли висвітлити певні питання в його блозі. Аудиторія залишає питання, на які хотіла б отримати відповіді від експертів, професіоналів. Автор, в свою чергу, займається пошуком підходящої



особи, котра б могла відповісти на це питання з наукової точки зору. Сам же ж власник блогу може лише подавати свою позицію в коментарі стосовно оприлюдненого матеріалу.

Вище вказано лише маленьку частину тематичних блогів, що користуються великою популярністю серед користувачів платформи «Інстаграм». Насправді їх може бути незліченна кількість, адже під кожен вид блогерства знайдеться підходяща аудиторія із відповідними смаками.

За наявністю мультимедіа класифікують наступні типи блогосфери:

Фотоблог - основну частину публікацій формують фотографії. Це найпопулярніший вид мультимедіа на платформі «Інстаграм».

Текстовий блог - сформований завдяки статтям й текстовим матеріалам.

Музичний блог - використовує музичні файли як основне змістовне наповнення.

Подкаст і блогкастинг - матеріал для користувачів записується у вигляді MP3-файлів.

Відеоблог - основний зміст надано у форматі відео-презентації [16].

На сьогодні доповнення власного блогу мультимедійним матеріалом є життєвою необхідністю, адже це допоможе привабити більшу кількість аудиторії. Користувачі в мережі діляться цікавими публікаціями, текстами, фотографіями, лишаючи на них посилання й пропонуючи їх до перегляду своїм друзям та знайомим. Якісне візуальне доповнення допоможе врятувати ваш великий фрагмент тексту, що сам по собі може бути нудним для опрацювання. Більшість користувачів спершу приваблює яскрава й цікава картинка, а вже потім змістовий текст. Тому варто додавати візуально-привабливий мультимедійний матеріал до свого блогу.

Розглянувши критерії блогосфери, ми наблизились до функціонального наповнення блогінгу. Функціями журналістики називають збирання, обробку й поширення важливої для соціуму інформації. В межах цих основних завдань виконуються й інші, не менш важливі, цілі. Блогінг, як модерний жанр журналістики, має свої функціональні підвиди, метою яких, є об'єктивне

донесення цікавої, важливої, просвітницької інформації до користувачів мережі. Серед них можна виділити наступні:

**Розважальна функція.** Користувачі платформи «Інстаграм» проводять більшість свого вільного часу за переглядом публікацій розважального характеру з метою розслабитись, посміятись. Матеріали даного виду набирають багато переглядів і популярність у аудиторії, адже не несуть інформацію наукового, культурологічного характеру, перегляд яких потребує активної мозкової діяльності.

**Функція соціалізації.** Розрахована на підтримання зв'язків з іншими користувачами й знаходження нових, цікавих особистостей з метою обміну інформації, досвіду. Такі блоги об'єднують десятки тисяч користувачів з різних куточків планети, що є зручним засобом для персонального розвитку й подолання культурних бар'єрів. Таким чином відбувається зближення різних націй, обмін цінностями й можливість вивчення іноземних мов через спілкування з носіями [19].

**Рефлексивна функція.** Дає можливість автору блогу розповісти про події свого життя, створюючи іншу картину реальності, прикрашаючи й гіперболізуючи образ самого процесу існування. Велика кількість підписників змушує провідних блогерів постійно покращувати свої навички й прагнути до ідеалу. Це допомагає в самопізнанні, аналізі своєї особистості в минулому, порівнянні з теперішнім станом. Публікація матеріалів з особистими роздумами сприяє рефлексійним процесам, що формують індивідуальність [15].

**Психотерапевтична функція.** Автори створюють матеріали, виражаючи накопичені емоції, діляться ними з іншими користувачами. Це допомагає розрядити негативний емоційний стан й покращити психологічне здоров'я. Нерідко можна провести комунікацію з іншими користувачами мережі щодо питань особистого характеру, залишаючись при цьому абсолютно анонімним.

**Просвітницька та інформативна функції.** Створені з метою донесення цікавої інформації наукового характеру до користувачів. На платформі «Інстаграм» матеріалів даного спрямування надзвичайно мало. Адже така

тематика не користується великою популярністю серед суспільства, тому авторам доведеться бути готовим до малої кількості переглядів та поширень серед користувачів. Але просвітницький блогінг несе в собі велику мету, а саме популяризацію наукових, культурологічних та інформативних матеріалів серед молоді [19].

Функція мобільності й швидкого публікування матеріалів. Це надзвичайно актуальне питання, адже головне завдання журналістики- вчасно донести зазначену інформацію до суспільства. Блогосфера, включно з платформою «Інстаграм», дозволяє поширювати публікації не залежно від вашого місця перебування. Навіть якщо ви знаходитесь в літаку, але маєте доступ до інтернет-мережі, ви матимете можливість опублікувати матеріал для перегляду іншими користувачами. Ще ця функція включає можливість редагування вже опублікованих матеріалів, якщо вони виявились неточними або мають певні доповнення [19].

Блогосфера має найрізноманітніші функції, що часто пересікаються одна з одною й навіть створюють нові. Основна ж функція- це знаходження цільової аудиторії, котру зацікавить опублікований автором матеріал. Для цього блогери створюють стратегії розвитку й просування блогу, обирають відповідну тематичну й функціональну основу, що в процесі може змінюватись, залежно від настроїв та вподобань підписників.

Соціальна мережа «Інстаграм» широко використовує мультимедійні та інтерактивні можливості задля того, щоб привабити більшу кількість користувачів та бути до них ближче. Класичне соціологічне опитування, завдяки модернізації зі сторони платформи «Інстаграм», почало існувати в іншому форматі. Для того, щоб провести дослідження й опитати зазначену кількість людей, журналістові вже не потрібно вдаватися до різноманітних хитрощів, спілкування з людьми на вулиці або ж анкетуванню. Зараз є можливим розміщення опитування прямо в себе на сторінці блогу, де, за певний період часу, накопичаться відповіді на питання. Мультимедійність даного ресурсу дозволяє також сформувати єдину систему ефективності

використання соціальних мереж, що було проблематичним завданням для журналістики. «Медіареволюція відбувається на наших очах і злиття раніше роз'єднаних преси, радіо, телебачення йде різними шляхами» [14]. Платформа «Інстаграм» також поєднує в собі деякі аспекти з преси, телебачення, радіо й формує власні ресурси, що дозволяють розвивати блог, а саме [20]:

«Інстаграм історії» - це, зазвичай, короткі відео або фото/текстові матеріали, що зникають через 24 години після публікації, але автор має можливість додати їх до себе на сторінку блогу в рубрику «Актуальні історії»;

«Хештеги» - це технологія пошуку фотографій/відео за схожою тематикою, дає можливість залучати однодумців та популяризувати свій блог, користувачі соціальної мережі «Інстаграм» навіть створити «тренди» за допомогою «хештегів», щоб поширювати тенденції, котрі вважаються найпопулярнішими на платформі;

«Explore» - це окрема вкладка, що дозволяє переглянути найпопулярніші публікації інших користувачів та фото/відео зроблені поблизу вказаного вами місця розташування. Ця функція цікава тим, що допомагає заводити нові знайомства не лише в мережі, але й в реальному житті- ви можете знайти однодумця поблизу й домовитись з ним про зустріч[20];

«IGTV» - це вкладка, що надає можливість користувачам завантажувати до себе в блог відеоматеріали розміром до 650 МБ та до 10 хвилин, а авторам, що мають велику кількість переглядів та широку аудиторію, до 5.4 ГБ та до 60 хвилин;

«Інстаграм директ» - ця функція допомагає користувачам приватно комунікувати між собою, надсилати фото та відео, котрі побачить лише одна персона.

Важливим аспектом блогінгу є взаємодія користувачів з вашими публікаціями та ефективність викладеного матеріалу. Існує ряд показників ефективності блогу [23]:

Охоплення - це кількість унікальних акаунтів, що переглядали опубліковані вами матеріали. Таким чином можна отримати статистику блогу та зорієнтуватись, яка аудиторія зацікавилась вашою сторінкою;

Враження - це найпоширеніша реакція користувачів платформи «Інстаграм» на додані матеріали, вони виражаються через лайки/ігнорування та поширення публікацій;

Коментарі/відповіді - користувачі залишають свої повідомлення під публікацією, виражаючи цим власне ставлення до матеріалу. Вважається, що чим більше коментарів під публікацією, тим вона краща, має суспільний резонанс;

Кліки по посиланнях - це перехід за посиланням на публікацію, поширюється іншими користувачами, допомагає просувати блог між різноманітною аудиторією;

Оптимальні дні/години для поширення матеріалу - платформа надає можливість відслідковувати графік активності користувачів по днях тижня та годинах дня, щоб розуміти, коли краще всього додавати новий матеріал до свого блогу [23];

Підписники - це інші зареєстровані користувачі платформи «Інстаграм», котрі мають бажання стежити за вашим блогом на постійній основі. Вони ж і складають цільову аудиторію та той спектр однодумців, заради яких й було створено сторінку;

Демографія аудиторії - набір метрик, що описують місце розташування, вік, стать, дохід, спосіб життя вашої аудиторії. Ці дані використовують з маркетинговою метою просування публікацій, їх піару. Допомагає зрозуміти, чи досягли ви своєї цільової аудиторії, чи вам слід продумати нову стратегію розвитку блогу [23].

Інтернет-мережа надає можливість створити суб'єктивно-орієнтовану реальність, що, за допомогою соціальних мереж, дозволяє користувачам відображати варіативність думок, ідей, емоцій. Вона робить великий вклад в процес формування теперішнього соціального середовища, створює цілі інтернет-спільноти з однодумцями, покращує міжнаціональну комунікацію.

Сучасна журналістика значно змінилась з розвитком блогінгу. Як модерний жанр журналістики, блогосфера робить великий внесок в розширення професійних меж, надає можливість швидко донести інформацію до аудиторії й сприяє активній комунікації між автором й користувачами мережі. Створення блогу про театр на платформі «Інстаграм» розвиває культурологічне життя, що є актуальним питанням, адже ефективність та кількість матеріалів даного сегменту є недостатньою. Перспективи пошуку нових шляхів зацікавлення більшої аудиторії до даного виду блогінгу залишаються відкритими. Варто акцентувати увагу на принципах подання інформації й використання мультимедійних елементів, що значно допоможуть популяризувати блог. Важливим є простір для інтелектуального розвитку особистості й нації в цілому. Культурологічна сфера залишається територією для суспільної консолідації, а блогосфера є інструментом для формування духовності й світогляду користувачів соціальних мереж.

### **1.3. Аналіз світових та українських інстаграм-блогів про театр**

Аналізуючи відвідуваність театрів українцями, їх стрімкий розвиток та великий вклад в культурологічне життя, виникла потреба в створенні блогу на театральну тематику українською мовою з використанням платформи «Інстаграм». Процес збагачення й підтримання культурної спадщини є неперервним, тому потрібно постійно говорити на теми, що є актуальними, розпалюючи інтерес суспільства до театрального мистецтва.

Журналістика несе великий вклад не лише у висвітлення питань економічного, політичного чи соціального характеру. Вона робить вагомий

внесок у розвиток культури. «Культуру своєї країни потрібно завжди розшифровувати, хтось має бути її терплячим хронікером. А бути такими спостерігачами й розповідати світові про те, що відбувається в культурі найкраще зможуть журналісти» [9].

Зважаючи на нестабільність ситуації в країні, висвітлення й популяризація матеріалів культурологічного характеру є надзвичайно актуальним та доцільним. Мала поінформованість суспільства про культурне життя країни призводить до духовного занепаду та деградації, що несе негативний характер для перспективного майбутнього. Медіа повинні більше часу приділяти таким, на перший погляд, незначним речам, адже вони відіграють важливу роль. Редактор відділу культури часопису «Дзеркало тижня» Олег Вергеліс говорив наступним чином: «Під рубрикою «Культура» писали про спідниці, шкарпетки й спідню білизну перевертнів від шоу-бізнесу, намагаючись порахувати кількість грошей, які виділяються на ті чи інші проекти, але нікого не цікавив остаточний художній результат... Нас регулярно тримали у курсі справ людей, які ні прямого, ні опосередкованого відношення до культури не мають взагалі!» [18].

Проектування й створення інстаграм-блогу на театральну тематику допоможе популяризувати культуру серед суспільства. Задля кращої побудови стратегії розвитку технічного, тематичного та дизайнерського аспектів було проаналізовано декілька українських та світових блогів на театральну тематику.

Першим ми дослідили український блог @teatr.shevchenka [27]. Це веб-сторінка на платформі «Інстаграм» Тернопільського академічного обласного українського драматичного театру імені Тараса Григоровича Шевченка. В шапці профілю спостерігається назва театру й контактні дані для замовлення квитків та уточнення всіх хвилюючих питань. Також, там знаходиться посилання на сторінку у фейсбуці. Ці аспекти формують кращу комунікацію між авторами блогу та аудиторією, дають можливість прямого контакту/спілкування.

Публікації сформовані завдяки ілюстративному матеріалу, що включає в себе фотографії з вистав, привітання зі святами й анонси майбутніх проєктів. Тематична складова базується на зацікавленні аудиторії до перегляду театральних подій та замовлення квитків онлайн. Пости подаються без хештегів, мають невелике текстове наповнення, котре, зазвичай, вітає акторів театру з ювілеєм або ж закликає громаду до перегляду вистав. Дизайн побудовано без дотримання єдиного кольорового фону. Анонси вистав, публікації фото та відео матеріалів не мають чіткої послідовності у розміщенні на сторінці блогу. Сторінка має «актуальні історії», котрі включають в себе рубрики: репертуар, вистави, закулісся, Тік ток, відгуки, гастролі, квитки, театр - це... Наповнюваність даних рубрик складається з коротких відео за участі акторів театру, їх підготовки до вистав, репетицій, формування декорацій, вивчення сценарію та відпочинок колективу.

Підписників блогу нараховується 2449, середня вікова категорія аудиторії - від 30 до 50, переважна більшість жінки та мешканці міста Тернопіль. Зважаючи на малу популярність культурологічної тематики серед сучасної аудиторії, дана кількість підписників може вважатись прийнятною.

Провівши аналіз, можна прийти до висновку, що даний блог веде свою діяльність з метою популяризації тернопільського драматичного театру, залучення нової аудиторії й просування театральної культури для української громади.

Наступний досліджений театральний блог, це @theatre\_on\_podil [28]. Київський академічний драматичний театр на Подолі. Описовий матеріал у шапці профілю відсутній, лише зазначена назва- Театр на Подолі.

В блозі розміщені фотографії з п'єс, доповнені коротким описовим матеріалом задля підігрівання інтересу в аудиторії. Також додано назву п'єси, дату й час проведення наступних показів. Присутні відеоматеріали, вирізки з різних перформансів, що є абсолютно унікальним надбанням даного театру й позначені водним знаком.



Цікавим нюансом даного блогу є публікації від імені акторів, котрі розповідають про виставу, в котрій вони беруть участь. Текст публікацій є неформальним, що створює відчуття близькості. Цим самим, вони формують уявлення у громади про подію та заохочують до перегляду.

Єдиного стильового дотримання не спостерігається, публікації викладені без певної хронологічності, фото та відео матеріали додаються без послідовності. «Актуальні історії» поділені за назвами вистав, що виконуються на сцені драматичного театру. Їх наповнюваність, це короткі фото та відео анонси, відгуки глядачів, уривки з п'єс та коментарі акторів.

Блог має 6588 підписників, середня вікова категорія - від 18 до 40, є баланс між чоловічою та жіночою аудиторією. Даний театр привертає увагу молоді, що є гарною тенденцією для розвитку культурного життя України.

Дослідивши блог Театру на Подолі, ми визначили, що він веде активну діяльність з метою формування зацікавленості у молодого покоління до театрального мистецтва. Театр піарить вистави на сторінці блогу, залучаючи нових підписників й поширюючи культуру в суспільство.

Аналізуючи блоги на театральну тематику неможливо було не звернути увагу на один з провідних театрів світу @teatroallascala [29]. Ла Скала - відомий оперний театр у Мілані, що вирізняється серед інших своєю вишуканістю та розкішшю. Сторінка театру на платформі «Інстаграм» має різноманітність поданого контенту, публікуються матеріали не лише про сучасний стан та розвиток театрального мистецтва, а й згадуються події минулого, що зробили значний вклад у формування Ла Скали.

Стиль у формуванні публікацій відсутній, проте прослідковується певна періодичність у поширенні постів та чергуванні фото/відео матеріалів. Автори даного блогу, задля приваблення більшої кількості аудиторії, додають ескізи декорацій та костюмів, розповідають про їх створення й надають фотографії для порівняння- першочерговий варіант та готовий костюм, що використовують актори на показах.

Teatro alla Scala нараховує 309 тисяч підписників, користувачі з різних континентів, переважно жіночої статі, від 24 до 50 років. Головна ціль - це створення духовних цінностей в сучасному суспільстві, збагачення національної культури Італії, характеристика культурного надбання, як суспільно значущого та державотворчого.

Варто звернути увагу на ще один іноземний блог, а саме @natioanltheatre [30], Королівський національний театр у Лондоні. Сторінка має гарний опис у шапці: «Тут заради драми для всіх». Ще є посилання на сайт театру, де безкоштовно розміщують деякі вистави для перегляду користувачами. Цей маркетинговий хід стимулює аудиторію до відвідування п'єс вживу, розпалюючи суспільний інтерес.

Блог розвинений, має гарну базу публікацій з достатньою кількістю матеріалів для перегляду й ближчого ознайомлення, існують спеціалізовані рубрики для дітей. Окремо виділяють процес показу фільмів у театрі. Всесвітньовідомі актори беруть участь у різних перфомансах й публікують свої враження від виступів на сторінці. Дані публікації набирають найбільшу кількість переглядів та вподобань завдяки відомим іменам зірок. Іноді актори відповідають в коментарях користувачам, створюючи комунікаційну ланку.

Кількість підписників 387 тисяч, здебільшого жителі Великої Британії, віком від 25 до 60. Метою блогу є донесення важливості культурного надбання для життя нації, актуалізація питання театральної тематики на фоні широкого розвитку кіноіндустрії через залучення акторів із світовим іменем.

Сучасне суспільство формується завдяки інтернет-мережі, тому надзвичайно важливим є питання поширення культурологічного матеріалу через блогосферу. Матеріали в публікаціях носять авторське право, інтелектуальну працю людини, а унікальність визначається за допомогою веб-ресурсів. Дизайн вашого блогу створює перше враження у користувачів мережі. Зважаючи на той факт, що ми живемо у суспільстві лукістів, він повинен бути стратегічно продуманим, з гарним візуальним наповненням. Зацікавлення потенційного читача це лише половина роботи, основна ж мета утримати його.

Це вже визначається якісним й актуальним матеріалом, логічними й змістовними акцентами у текстах.

Провівши аналіз конкурентних блогів на театральну тематику на платформі «Інстаграм» можна дійти висновку, що культурному життю приділяється мало уваги в мережі. Блоги даного спрямування націлені на зацікавлення й стимулювання аудиторії до відвідування театрів. Вони займаються саморекламою, іноді забуваючи про основну мету театрального блогінгу - формуванню культурологічних та духовних цінностей серед користувачів мережі. Велика кількість аудиторії нараховується лише в блогах театрів, що є всесвітньовідомими. Постає мета змінити таку негативну тенденцію й створити блог, що буде цікавим для аудиторії й зможе поширити культуру українського театального мистецтва на світову арену.

### **Висновки до розділу 1**

Сучасна журналістика зазнає кардинальних змін, пристосовуючись до нових реалій й намагаючись наслідувати певну специфіку висвітлення подій у соціальних мережах. Платформа «Інстаграм» систематично покращує базу своїх характеристик й дає можливість для ефективної роботи. Блогінг, як сучасний жанр журналістики, набирає все більшої популярності. Професійні журналісти й просто аматори можуть створити сторінку в соціальній мережі, публікувати матеріали, формувати нові комунікаційні зв'язки та популяризувати певну сферу діяльності серед користувачів. Нові можливості стали доступні для журналістів з розвитком мультимедійності та інтерактивності. Блоги успішно поєднали в собі різноманітні тематичні спрямованості, функціональні підвиди, почали створювати власні класифікаційні розділи.

Тема культури відіграє надзвичайно важливу роль у житті кожного. Провівши аналіз блогів на театральну тематику, ми дійшли висновку, що матеріалів культурологічного спрямування надзвичайно мало. На це впливає їх незначна популярність серед користувачів мережі й ніхто не хоче створювати

проект, котрий буде важко розвинути. Розуміння формування особистості через вивчення культури й ідей національної ідентичності надихнуло нас на створення власного інстаграм-блогу. Культурологічна проблематика залишається без належної уваги, їй приділяється мало наукових статей та розробок. Блог на театральну тематику створює можливість зацікавлення суспільства українським культурним продуктом, важливо прищепити духовний світогляд для майбутнього розвитку.

Театр довгі роки підтримує українську культурну спадщину, як загальну сукупність людських цінностей. Він формує передумови культурологічного розвитку й виникнення тенденцій. Специфіка української культури, її роль на формування національної ідентичності, естетичних й моральних потреб, визначає актуальність і життєву необхідність розвитку даної сфери на платформі «Інстаграм».

Базуючись на вищевказаному, можна прийти до думки, що створення власного проекту культурологічного спрямування в соціальній мережі несе вагомий вклад в суспільство. Культура - це ідейний стан суспільства, що буде систему життєвих орієнтирів. Базуючись на квінтесенції прояву української культури, можна зорієнтуватись на теперішньому й майбутньому будівництві України, як самобутньої, незалежної, мистецько-збагаченої держави, що має багатовікову історію розвитку.

## РОЗДІЛ 2

### РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ І СТВОРЕННЯ ІНСТАГРАМ-БЛОГУ ПРО ТЕАТР «ЗА КУЛІСОЮ»

#### **2.1. Концепція та мета інстаграм-блогу «За кулісою»**

У сучасному світі майже не залишилось людей, котрі не мали б доступу до інтернету й не користувались однією з десятків соціальних мереж. Платформа «Інстаграм» дає можливість популяризувати суспільно важливі ідеї та робити певну хронологію, нотатки подій. Великої актуальності на сьогоднішній день набуло питання підтримання та розвитку української культурної спадщини, розбудова нових культурних напрямів. Роками українські матеріали й публікації зазнавали пригноблення та викорінення, культурологічний аспект нації почав нівелюватись в російському інформаційному просторі. Проєкт «За кулісою» має ідею розповсюдження театрального мистецтва та його популяризацію. Тематичне спрямування формується на розгляді всіх аспектів роботи театру, починаючи від виступів та перфомансів, закінчуючи поясненням театральних термінів та розбором закулісся театрального життя.

Інстаграм-проєкт «За кулісою» має місію розвитку культурологічного життя в Україні та формування позитивного іміджу України на світовій арені. Адже оптимізація процесів громадського порядку через формування точки зору соціуму впливає і на відношення іноземної спільноти до України та всього українського [11].

Метою ж є об'єктивне поширення матеріалів театральної тематики, розбір сучасних перфомансів та вивчення історії театрального мистецтва України через формування театрів і театральних труп.

Культурна сфера завжди відігравала вагомую роль в будь-якому суспільстві. Вона формує її національний базис: історію, традиції,

самобутність. Багатовіковий досвід предків накопичений в системі культури. Суспільство повинне формувати конструктивні методи збереження культурних цінностей та примножувати їх. Певні існуючі централізовані норми культурної самосвідомості повинні бути переосмислені в концепції побудови нової, самостійної держави. Першоплановим завданням є провадження засад національної ідентичності та духовності суспільства через поширення культурологічного матеріалу.

Завдання нашого блогу полягають в ознайомленні аудиторії з театральним мистецтвом, аналізуванні деталей театального світу, поширенні культурних театральних досягнень нації не лише на території України, але й за кордоном. Планується формування публікацій іноземною мовою, а саме англійською, для ширшого зацікавлення людей й приваблення іноземної аудиторії. Українські театри й актори роками досягали нагород та шанування у європейських країнах, ця тенденція з плином часу почала лише зростати, але питання культурного збагачення майже не висвітлюється працівниками медіа. Ми популяризуємо українське театральне мистецтво й вбачаємо етнічну ідентичність через усвідомлення формування культури.

Соціальна мережа «Інстаграм» має велику популярність й дає можливість створення власного проєкту на безкоштовній основі з перспективами майбутнього залучення цільової аудиторії. Це чудова обставина для розвитку блогу театальної тематики й поширенні культурологічних аспектів для різних верств населення.

Осмилення процесу формування ідентичності нації в культурологічному просторі дає можливість для подальшого розвитку. Якщо культура - універсум людського буття, то наука є одним із його раціоналістичних вимірів. Наука не лише співвідноситься з культурою, але й безпосередньо належить до неї, є найважливішим елементом духовної культури, вищою формою людського знання [3].

Проєкт «За кулісою» несе в собі культурно-наукове пізнання театального світу й показує закономірності розвитку театального мистецтва

як одного з провідних ресурсів культури. Розповсюдження духовних цінностей, створених протягом довгої історії формування України, має на меті збереження й устаткування набутого.

Театральне мистецтво поєднує в собі декілька складових й відображає духовне життя на сцені. Відбувається осмислення соціальних процесів, відображення психологічних аспектів, що впливають на формування світогляду людини. Медіасфера характеризується посиленням інтелектуальної праці людини. Інтерактивні ресурси дозволяють проводити успішний комунікативний процес між користувачами соціальних мереж. Тому в ході розробки стратегії створення інстаграм-проєкту брався до уваги прямий зв'язок із аудиторією. Це універсальний інструмент для спілкування й поширення інформації соціально-культурного значення.

Роль внеску театру у формування процесу світобудови є недооціненою. Наш блог намагається донести ідею сприйняття театру не лише як місця для розваги та відпочинку, а й засобу руйнування стереотипного посткомуністичного суспільства, адже театральне мистецтво споконвіку починає новий розділ у історії. Театр є провідником знань специфічних рис поведінки людини, актори відображають побут з характерними життєвими принципами й поведінковими теоріями на сцені, безпосередньо транслюючи манери та характер персонажів прямо до глядачів.

Культура театру покликана впливати на генерування людської особистості, прищеплення їй естетичних цінностей, що, в свою чергу, продукують загальний рівень етикету. Естетичний вплив справжнього театального мистецтва, що викликає почуття емпатії - співпереживання у глядача, приводить його до катарсису - духовного очищення, а саме в цьому і полягає надзавдання мистецтва взагалі [22].

Концепцію блогу «За кулісою» можна схарактеризувати як публікація матеріалів театальної тематики з метою впливу на сформовування людської особистості, що буде збагачена культурологічними знаннями й естетично, морально розвинена. Структура театру дає можливість одночасно спостерігати

різні періоди часових проміжків. Комунікування відбувається незалежно від історичних обмежень, сучасне суспільство може й повинне долучатись до форми спілкування, що надає театр. Це пряма взаємодія духовного начала нашого народу з теперішнім соціумом.

Слід також пам'ятати, що стимулювання психофізичного розвитку є важливим елементом діяльності молоді. Завдяки мультимедійним та інтерактивним можливостям платформи «Інстаграм» відкриваються сприятливі умови для популяризації театрального контенту. Текстова наповнюваність майже нікого не зацікавить серед молодого покоління, але ж саме від нього залежить розбудова держави. Проєкт «За кулісою» використовує весь можливий функціонал, включаючи фотографії, опитування, цитування, відео, з метою залучення більшої кількості саме молодіжної аудиторії й поширення серед неї ідеї важливості та актуальності культури, театрального мистецтва. Формування й виховування особистості відіграє важливу роль, що згодом впливатиме на процеси суспільного характеру, котрі варіюються в залежності від створення комунікаційних стратегій з цією ж молоддю [1].

Блог - це щоденник ваших думок, доступний для перегляду іншим користувачам. Будь-хто може вже сьогодні зареєструвати сторінку й провадити там суспільно-важливі теми. Створення власного інстаграм-блогу «За кулісою» сприяє не лише популяризації культурологічних, театральних публікацій, але й живому комунікуванню з підписниками. Це важливий фактор, адже таким чином ми можемо прослідковувати тенденції та настрої аудиторії, розуміти їх обізнаність у сфері й продумувати подальшу стратегію розвитку. Спілкування з підписниками також підіграє їх інтерес до нашого проєкту.

Театральний блог є інструментом, що може розкривати небачені й невідомі раніше аспекти театрального життя. Він характеризує ідеї, що є частиною життєдіяльності суспільства й шукає індивідуальний підхід до кожного підписника, стимулюючи цим ріст аудиторії й показуючи, що кожна людина вартує уваги й несе велику цінність. Блог «За кулісою» відрізняється від інших сторінок оригінальною тематикою, дизайном, продуманими



технічними аспектами, поділом всього матеріалу на відповідні рубрики та диференційованим підходом до цільової аудиторії.

## **2.2. Технічні аспекти та оригінальний дизайн блогу**

Створення власного блогу «За кулісою» на платформі «Інстаграм» допоможе привернути увагу широкої аудиторії до питань культурологічного розвитку нації через театральне мистецтво. Успішний проєкт має не лише стратегію розвитку та популяризації публікацій, а й широкий спектр інструментарію, що дозволяє виразити автору всі його ідеї та сформувати довершений, унікальний продукт.

Розуміння й оптимізація технічних аспектів вашого блогу допоможе зацікавити цільову аудиторію та привернути увагу спільноти до матеріалів.

Перший та основний фактор під час створення блогу - це вибір домену, тобто імені, що було б унікальним та запам'ятовуваним. Назва нашого блогу «За кулісою» є достатньо короткою, несе в собі прихований зміст. Це інстаграм-блог, що відкриває закулісся театру для всіх користувачів, розказує цікаві факти театального життя, ближче знайомить з корифеями, заглиблюється в історію театрів по всій Україні та розповідає славнозвісний шлях їх труп, починаючи від виступів у Європі 19 століття, закінчуючи сьогоденням. Також створений оригінальний впізнаваний логотип блогу у програмі Picsart (Додаток А). Білі літери «За кулісою» на червоному фоні, що викликає у підписників асоціацію із театральними завісами. Завіси у стародавніх театрах використовували переважно червоного, іноді чорного кольорів, як символ закінчення вистави. Зібрана м'якими складками з практичною метою, виникає візуальний ефект величності та розкоші.

Весь блог побудований із публікацій червоно-чорних відтінків, без різких, барвистих фотографій, подібних одна з одною, але відмінних за наповненням.

Другим фактором виступає оптимізація матеріалу, котрий розміщується у блозі. Це допоможе підвищити пошуковий рейтинг, створюючи цим можливість заохочення більшої кількості користувачів до перегляду.

Також на підвищення рейтингу нашої сторінки в «Інстаграм» впливає кількість хештегів та їх варіативність. Це своєрідне посилення, котре працює всередині соціальної мережі та відносить публікацію до окремої визначеної тематики. Іноді можливим є створення власного хештегу з метою розділення публікацій в блозі на різні категорії. Цю стратегію ми використали при формуванні рубрик та їх інформативному наповненні. Крім того, оптимізація включає в себе полегшене сприйняття текстового матеріалу, що, водночас, буде не складним для сприйняття новими підписниками та цікавим й освітнім для постійних фоловерів.

Ще одним важливим елементом при створенні блогу «За кулісою» було його доповнення привабливими матеріалами мультимедіа. Кожна фотографія підібрана відповідно до інформативного текстового наповнення, виражає його змістовну цінність, відповідає формату нашого блогу. Візуально вписується у загальний дизайн, колірна гамма гармонійно поєднана. До кожної рубрики був створений свій оригінальний логотип у програмі Picsart, що має асоціативний зв'язок із її назвою. Креативність стильового оформлення надає нашому блогові більші шанси бути знайденими у порівнянні з блогами конкурентів.

Публікація матеріалів у блозі вимагає дотримання певних критерій, щоб збільшити об'єм трафіку та залучити нових користувачів. Платформа «Інстаграм» більшою мірою є суто візуальною соціальною мережею. Ми врахували цей фактор при написанні текстового оформлення, проаналізували характер вмісту та основну мету нашого блогу й визначили оптимальний об'єм тексту. Більша частина наших публікацій сформована середнім рівнем текстової наповнюваності, із проникливим змістом, що детально формує картину в голові підписників, доносить головну ідею публікації та розповідає основні деталі. При цьому, текст є не затягнутим, відсутні непотрібні графіки, аналізи, що можуть відбити зацікавлення у читача. Деякі публікації в блозі

мають короткий текст, це привітання із професійними святами, як от День Театру, або ж знайомство підписників із сторінкою.

Великий вплив на формування публікацій мають наші фоловери. Ми проаналізували всіх наших підписників, а саме 135 користувачів (станом на 11.05) і дійшли до висновку, що наша цільова аудиторія- це жінки віком від 17 до 45 років, що цікавляться культурним життям України.

Наш блог «За кулісою» має справити швидке позитивне враження. Тому ми довгих абзаців, ділимо матеріал на пункти, щоб зацікавити користувачів із обмеженим часом. Це сприяє швидкому ознайомленню, що є важливим фактором в еру цифрового життя. При цьому не втрачається змістовна наповнюваність публікацій.

Інформативність текстового наповнювання блогу є, безумовно, важливим елементом, адже блог «За кулісою» має на меті формування культурологічного базису знань через театральну сферу у підписників. Але оригінальність дизайну сторінки також відіграє велике значення. Весь матеріал повинен бути візуально привабливо представлений. Адже перше враження закарбовується в пам'яті назавжди й може призвести до хибних висновків у користувачів. Правильне оформлення інстаграм-блогу полягає не лише в його інтерактивному наповненні. Ми зосередились на всіх аспектах та досягнули балансу зовнішнього вигляду нашого блогу та його технічних характеристик (Додаток В).

Блогінг включає в себе стимулювання більшого трафіку задля того, щоб матеріали, котрі ми публікуємо, переглянула велика кількість користувачів. Тому при створенні нашого проекту ми використовували всі можливі мультимедійні ресурси на платформі «Інстаграм». Це допомогло візуально покращити наші дописи та підвищити рівень позиціонування у пошуковій системі соціальної мережі. Письменницька діяльність є лише одним із важливих елементів ведення блогу. Ми поєднали декілька типів ресурсів, таких як фотографії театрів, акторів, поширення уривків із п'єс через функцію «Інстаграм історії», посилення на перегляд перфомансів на «Ютуб», цитування відомих театральних діячів. Це робиться для створення єдиного

конкурентоспроможного блогу, що буде наповнений корисною інформацією та зацікавить різні верстви населення. Мультимедійна варіативність допомагає наочно представити людям те, про що ми пишемо. Користувачі діляться нашими публікаціями із своїми знайомими, приваблюючи нову аудиторію.

Блог «За кулісою» має розподіл на унікальні рубрики (Додаток Б). До них входять:

- «Історія одного театру»;
- «Корифеї»;
- «Під Софітами»;
- «Цитатник»;
- «Словник Театрала».

Зараз ми розглянемо їх детальніше.

«Історія одного театру» - це рубрика, котра розповідає підписникам про різні театри України. Ми розуміємо, наскільки важливим є питання самоідентифікації нації через її культурне збагачення, тому розповідаємо коротку історію заснування театрів, їх архітектурну новизну, процес формування театральної трупи, внесок в культурну спадщину України та поширення української драми за кордоном. Наші театри мають світове ім'я та підтримують культурний імідж України на високому рівні. До прикладу, візьмемо до уваги пост про Національний академічний театр опери та балету України імені Тараса Шевченка. Ще в 1865 році італійські оперні трупи гастролювали до Києва, а за часів німецької окупації, театр систематично показував вистави не лише для окупаційної влади, а й для простих громадян. Поширення інформації про розвиток театрів в Україні допомагає сформувати чітке розуміння самобутності культури. Логотип- мармурова будівля театру на червоному тлі.

«Корифеї» - відомі діячі українського театру та кіно. Цікаві біографічні дані акторів, фотоматеріали з вистав, де вони грають, відео з п'єс, декламування віршів в повному об'ємі (додано в «IGTV»), презентація переліку найпопулярніших вистав, кіно з їх участю. У цій рубриці ми вже встигли

розповісти про багатьох відомих особистостей українського мистецтва, зокрема про Богдана Ступку. На його рахунку понад 100 театральних ролей. Люди йшли до театру, з метою побачити бездоганну гру Богдана Сильвестровича, адже він завжди викладався на повну. Яскравим прикладом є вистава «Тев'є-Тевель», у якій Ступка грав головну роль. Вона була понад 20 років візитівкою театру Франка. Логотип сформований з театральних масок. В античному театрі возвеличували бога Діоніса, як символ глибоких душевних метаморфоз та покровителя культури. Тому актори використовували на сцені маски із характерними рисами обличчя Діоніса, що відображали певну емоцію (смуток, радість, злість).

«Під Софітами» - унікальна рубрика, котра розповідає про перфоманси та вистави на актуальні теми. Ми створюємо матеріали про співпрацю різних Європейських асоціацій із українськими театрами заради проведення соціологічних досліджень та розповсюдження ідей на злобу дня через театральну діяльність. Дана рубрика має фотоелементи й цитати із перфомансів для зацікавлення підписників. Також, ми залишаємо посилання для перегляду цілої вистави на «Ютуб». Найбільше враження на аудиторію справив пост із перфомансом «Поки що люди...». Головна мета даного перфомансу - показати, чи дійсно робот може бути кращим за людину? Куди подіти себе людям, чії професії помирають? Чи буде взагалі можливим людське існування в новому світі? Дизайнерське рішення стосовно логотипу - це софіти, направлені на сцену на фоні традиційного для нашого блогу червоного кольору, як символу театральної завіси.

«Цитатник» - це рубрика, котра складається тільки із «Інстаграм історії», куди додаються цитування відомих театральних, культурних діячів минулого та сучасності. Логотип відображає розгорнуту книгу.

«Словник Театрала» - публікації сформовані на основі різних театральних термінологій. Головне завдання рубрики, зробити театральне мистецтво доступнішим та цікавішим для суспільства через пояснення закулісся театру.

Логотип відображає абетку, як символ базових знань, котрі необхідні кожній людині.

При публікуванні нового матеріалу на сторінку в інстаграмі ми не робимо спонтанну модель подачі інформації, а базуємось на попередніх публікаціях, аналізуємо активність підписників, оцінюємо об'єм трафіку й будуємо подальшу стратегію розвитку блогу. Досліджуємо ключові слова, котрі використовувались при написанні нового матеріалу, дублюємо їх в хештегах з метою співвідношення соціальною мережею нашого матеріалу із суміжними. Прописуємо назви рубрик в тих же ж хештегах. Плануємо контент-стратегію й розроблюємо завчасно відразу декілька публікацій, щоб дотримуватись певної періодичності в часі й не залишати сторінку блогу без свіжого матеріалу на довгостроковий термін, адже це може призвести до втрати підписників. Проводимо аналіз конкурентів на платформі. В планах проєкту - вихід на міжнародній рівень, публікація постів англійською мовою та популяризація українського театрального-мистецького напрямку для підтримання іміджу України.

Блог на театральну тематику «За кулісою» можна вважати успішним конкурентоспроможним проєктом. Він відкриває суть театального мистецтва, допомагає ознайомитись із творчим базисом. Вдало підібраний стиль сторінки, цікавий та змістовний формат подачі текстового матеріалу, унікальні логотипи сприяють підвищенню зацікавлення у користувачів соціальної мережі «Інстаграм». Якісна розробка дизайну та мультимедійного наповнення відіграють важливу роль у формуванні нашого блогу.

### **2.3. Цільова аудиторія блогу «За кулісою» та шляхи його популяризації**

Блогосфера почала стрімко розвиватись. Все більше професійних журналістів, політиків, культурологів створюють власні сторінки з метою популяризації контенту, заробітку коштів та отримання пізнаваності. Чим більше підписників Ви маєте, тим краще для Вас.

Визначення цільової аудиторії блогу є надважливим питанням. Від нього залежить успіх сторінки, адже незацікавлені користувачі можуть поширювати фейкову інформацію стосовно наших публікацій та погіршувати статистику переглядів. Цільова аудиторія складається з користувачів, зацікавлених у наших матеріалах. Під час створення проєкту «За кулісою» ми дослідили різні методи залучення підписників та провели аналіз вже існуючих фоловерів. Ці методи дослідження, а ще демографічні й психографічні дані, котрі надала нам соціальна мережа, допомогли нам зрозуміти цільову аудиторію. Ядро нашої цільової аудиторії - це в переважній більшості жінки, віком від 17 до 45 років, з вищою освітою, які мають стабільний середній дохід, живуть переважно у великих містах, схильні до яскравого вираження емоцій та цікавляться культурним життям України (Додаток Г).

Визначення портрету цільової аудиторії блогу допоможе нам у створенні маркетингової стратегії. Вона заключається у вибудовуванні довіри між блогом та користувачами. Підписники мусять довіряти тому, що вони читають й сприймати цю інформацію без додаткових перевірок, адже ніхто не захоче витратити час на неякісні матеріали. Ця стратегія впливає на збільшення трафіку, викликає зацікавлення у користувачів та приводить їх на сторінку блогу.

Процес формування маркетингових стратегій для театрального блогу «За кулісою» є кропітким питанням, адже потрібно звернути увагу на малу зацікавленість людей до культурної сфери й придумати альтернативні способи вирішення цієї проблеми. Збір достовірної інформації, планування чітких цілей на тривалий термін дозволяє створювати матеріали високої якості. Просування блогу включає в себе потреби аудиторії, зосередження на сильних сторонах, маркетингова стратегія повинна знайти спільність між потребами підписників та цілями проєкту. Ми формуємо своє уявлення стосовно тенденцій у галузі театрального блогерства через аналіз конкурентів, шукаємо їх слабкі сторони для того, щоб не припуститись схожих помилок. Портрет цільової аудиторії допоміг нам визначити тенденції та бажання підписників, адже важливо не

лише набирати нових фоловерів, але й утримувати вже існуючих. Потрібно розуміти, як наш блог зможе задовольнити потреби культурологічного розвитку в соціальній мережі. Також варто не забувати про оцінку ефективності роботи. Блогінг постійно розвивається і змінюється, його структура не постійна і користувачів може не цікавити те, про що ви публікуєте матеріали вже завтра. Необхідно слідкувати за ситуацією та коректувати стратегію розвитку відповідно до неї. Всі ці аспекти включає в себе маркетингова стратегія. Вона є просто необхідним ресурсом для популяризації власного проєкту й зацікавленні нової аудиторії.

Підтримання конкурентоздатності у театральній блогосфері та надання інформативного матеріалу користувачам зацікавить новий сегмент аудиторії. Адже наша задача - це поширення української культурологічної сфери через театральне мистецтво. Тому варто охоплювати різні соціальні структури суспільства.

Наступний елемент, котрий ми використовуємо під час просування театального блогу є SEO (Search Engine Optimization) - що з англійської перекладається, як оптимізація пошукових налаштувань системи.

Платформа «Інстаграм» має власну систему оптимізації публікацій різних користувачів. Вона функціонує завдяки ключовим словам та хештегам, що допомагають знайти відповідну інформацію. Загалом, SEO немає точної формули, що дозволила б привести сторінку блогу на вершину пошукового списку й популяризувати більше ніж наших конкурентів. Але існують певні елементи всередині соціальної мережі, котрі можна використати на свою користь.

Пошукова система будується на відповідних термінах, біографіях, іменах користувачів, хештегах, місцях розташування та згаданих людей у публікаціях. Ми повинні проаналізувати, які пошукові терміни використовують інші користувачі й додавати їх до свого матеріалу. Це допоможе просувати матеріали з нашими публікаціями на широку аудиторію. Існують програми соціального моніторингу, що покажуть Вам статистичні данні стосовно того,



що частіше всього люди пишуть в пошуковому полі з метою знаходження матеріалів відповідної тематики. У нашому випадку, це теги #мистецтво, #актор, #Україна, #театр.

SEO включає в себе оптимізацію профілю блогу. Адже профіль - це місце, на яке першочергово звертають увагу нові користувачі та за допомогою якого є можливим включення релевантних слів. Назва нашого блогу «За кулісою» відповідає тематичній спрямованості, відразу дає натяк про те, що в блозі буде підняте питання театральньо-мистецького характеру.

Сама соціальна мережа «Інстаграм» нещодавно поділилась інформацією, які теги потрібно використовувати та як їх оформлювати, якщо Ви хочете підвищити пошуковий рейтинг свого блогу :

- використовувати лише хештеги, тематично пов'язані із вашою публікацією;
- використовувати комбінацію лише відомих, нішевих, конкретних хештегів;
- обмежитись кількістю хештегів на один пост й дублювати 2-3 основні в подальших матеріалах;
- не використовувати релевантні, або заангажовані хештеги [21].

Правильне використання ключових слів та хештегів є запорукою привернення трафіку до публікацій. Ми використовуємо панель пошуку інстаграму для відслідковування поточних актуальних термінів серед користувачів. Додавання відразу декількох тегів (#театр #перформанс #мистецтво #актори #драматургія #theatre #artwork #ukraineu #actor #theatreworks #підсофітами) забезпечує формування балансу конкретної комбінації, що просуває наш тематичний блог у пошуковому списку соціальної мережі.

Ще одним способом популяризації блогу «За кулісою» є інтенсивне комунікування із підписниками. Платформа «Інстаграм» забезпечує чудову можливість спілкування зі своєю аудиторією за допомогою коментарів та

«Інстаграм історії». Користувачам подобається, коли вони можуть безпосередньо спілкуватись із автором блогу, задавати йому питання різного роду, висловлювати свою позицію стосовно матеріалів. Коментарі та реакції на публікації підвищують активність профілю й допомагають більше зрозуміти потреби цільової аудиторії.

Часта публікація матеріалів до «Інстаграм історії» підвищує трафік профілю. Вони привертають увагу і ім'я домену блогу на підсвідомому рівні стає запам'ятовуваним. Використання унікального логотипу «За кулісою» формує базову асоціацію із сторінкою.

Останній поширений, загальновідомий спосіб просування проєкту є масфоловінг та маслайкінг [24]. Він полягає в прояві активності на сторінках інших користувачів, що можуть бути нашою потенційною аудиторією. Лайки, підписки, коментарі, реакції, поширення публікацій привертають увагу до нашого блогу й стимулюють переглянути наші публікації.

Поєднання всіх методів популяризації блогу є універсальним засобом набору підписників. Ведення блогу у соціальній мережі «Інстаграм» потребує постійного розвитку та чи не щоденних публікацій матеріалів. Театрально-мистецька тематика має право на життя та розвиток, адже несе в собі велику мету визначення української ідентичності через історію культури й формування свідомої, духовно збагаченої особистості.

## **Висновки до розділу 2**

Вибудовування концепції блогу «За кулісою», реалізація всіх ідейних начинань через технічний інструментарій соціальної мережі «Інстаграм», розробка маркетингових та SEO стратегій популяризації публікацій роблять наш блог конкурентоспроможним. Згадана соціальна мережа користується великим попитом серед молоді. Тому обрати саме її для поширення культурологічних матеріалів театральної тематики було вдалим рішенням.

Створення власного проєкту сприяє освоєнню досвіду української театральної культури, з'ясовує споконвічні українські театральні традиції,

робить переоцінку культурного надбання, підлаштовує матеріали під сучасну вибагливу аудиторію та реалізує духовні цінності народу за допомогою посиленних технічних можливостей.

Оцінка ефективності опублікованих матеріалів вказує на поки не велику популярність блогу. І це зрозуміло. Ми не намагались створити ще один масовий розважальний проєкт, котрий мав би велику популярність. Наша задача полягає в інтегруванні театрального мистецтва в сучасні реалії, зацікавленні молодшої аудиторії. Блог «За кулісою» показує, що театр - це не лише відпочинок від буденщини. Театр - це духовне начало народу. Сучасне суспільство занадто захоплене цифровою ерою, культурні надбання з кожним роком все більше нівелюються в просторі, обезцінюються. Карикатурний, сатиричний, легкий на сприйняття матеріал завжди набере більше переглядів, ніж якась інформаційна публікація.

Наш проєкт створений для зруйнування цієї негативної тенденції. Проаналізувавши український театральний ринок в «Інстаграм» ми зрозуміли, що якісних, достовірних матеріалів даного тематичного спрямування майже немає. Ми створили стратегію набору нової аудиторії. Це довгий, кропіткий процес, але він вартує меті духовного збагачення нації.

Блогосфера має потужний вплив на формування свідомості користувачів. Блог «За кулісою» є актуальним культурологічним проєктом, що розповідає про українські театри, українських акторів та визнання України, як потужної нації, що має свої культурні досягнення. Через призму театральних здобутків формується соціальна спрямованість народу. Тільки культурні надбання можуть зберегти національну ідентичність та духовність українського народу.

## ВИСНОВКИ

На сьогоднішній день інтернет-мережа користується великим попитом і вже стала невід'ємною частиною життя кожного із нас. Сучасна журналістика мусить підлаштовуватись під новітні реалії. Таким чином виникають нові жанри журналістики, що не лише доповнюють інтернет-простір, а й освоюють різні способи збирання, обробки й донесення інформації до суспільства. Інтернет допомагає професійному журналістові прямими включеннями, оперативністю, розмаїттям мультимедійних та інтерактивних технічних забезпечень, комунікацією із аудиторією.

Блогінг виступає як новітній жанр журналістики. Він пройшов тривалу історію зародження і в процесі сформував всі базові потреби для вдалої роботи журналіста, а саме мультимедійність, інтерактивність, мобільність, пряма комунікація. Правильне використання даного ресурсу надасть небачені раніше можливості для журналістики. Інформаційно-комунікаційні технології блогосфери змінюють соціальні сфери життя.

Переформатування комунікаційних зв'язків між журналістом та аудиторією за допомогою блогінгу відкрило нову сторінку в історії традиційної журналістики. Користувачі можуть вільно спілкуватись на будь-які турбуючі теми напряму із провідними журналістами країни, а журналісти можуть публікувати матеріали не зважаючи на редакційну політику видання, на котре вони працюють.

В даній дипломній роботі ми розглянули зародження блогіну та його сучасний стан, дослідили різноманітність та специфіку блогів на платформі «Інстаграм», проаналізували українські та іноземні інстаграм-блоги на театральну тематику, розробили унікальний інстаграм-блог про театр «За кулісою».

Під час розробки власного проєкту, ми проаналізували специфіку блогів на платформі «Інстаграм» та визначили конкурентні блоги, що існують. Дослідження показало, що питання поширення культурологічного матеріалу через блогосферу мало висвітлюється в даній соціальній мережі. Більшість блогів театральної тематики просто анонсують вистави, або створюють публічні матеріали, головна мета яких - заробити популярність та кошти. Виникла потреба у створенні блогу, котрий буде розкривати питання культурно-мистецького характеру напряду.

Театр має глибоку історію, що пов'язана із життям України й ідентифікує українську націю, як єдину, сильну та незалежну. Він розповідає про побут українців, їх характерні манери. Театр - це душа народу. Розвиток духовного начала через блогосферу у сучасного покоління є важливим етапом формування соціуму. Театр завжди був самобутньою частиною українського народу, що допомагав людям культурно збагачуватись, при цьому вивчаючи історію власного народу, адже багато постанов використовували у своїй основі п'єси й поеми відомих українських письменників, що, в свою чергу, писали про славетне життя українського народу.

Створення власного проєкту сприяє вибудовуванню національної ідеї, розвиває творчий потенціал та поширює інтелектуальний простір. Це можливість реалізації ідейного стану суспільства через культурологічну систему життєвих орієнтирів українського народу. Театральна тематика робить вагомий внесок в розвиток духовно збагаченої, процвітаючої країни.

Ми визначили основну мету та концепцію блогу «За кулісою», як поширення матеріалів на театральну просвітницьку тематику, з метою знищити комплекс меншовартості та показати українському народові, що нам є чим пишатись. Наша театральна сфера розвиває культурний простір не лише на теренах України, але й за кордоном.

Духовне збагачення користувачів соціальної мережі «Інстаграм» має низький попит. Дане тематичне спрямування важко популяризувати та просунути серед інших нішових, заангажованих блогів. Але модерне технічне

забезпечення, унікальний дизайн та цікавий формат подачі текстового матеріалу приверне увагу цільової аудиторії. Використання SEO та маркетингових стратегій впливає на динаміку перегляду блогу, підвищує трафік та зацікавлює нових користувачів.

Всі вище згадані фактори спонукали нас створити успішний, конкурентоспроможний проєкт «За кулісою». Цільова аудиторія нашого блогу-у переважній більшості жінки, віком від 17 до 45 років, з вищою освітою, які мають стабільний середній дохід, живуть переважно у великих містах, схильні до яскравого вираження емоцій та цікавляться культурним життям України. Важливим завданням проєкту є підвищення культурної грамотності у всіх верств населення, адже платформа «Інстаграм» з її великою кількістю користувачів надає таку можливість.

Цей блог має право на реалізацію, він відображає унікальну концепцію подачі інформації, поділ сформованих публікацій на рубрики («Історія одного театру»; «Корифеї»; «Під Софітами»; «Цитатник»; «Словник Театрала») з метою заощадження часу нашим користувачам. Ми також плануємо виходити на міжнародній рівень з метою підтримки світового іміджу України. Публікація постів англійською, залучення фоловерів з різних країн, пошук нових тем та пряма комунікація із світовою громадою сприятиме розвитку українського театрального мистецтва.

Під час проведення даного дослідження, ми розкрили специфіку блогінгу як жанру журналістики, проаналізували інстаграм-блоги на театральну тематику та створили власний унікальний проєкт культурологічного спрямування «За кулісою». Теоретично обґрунтували мету створення даного театрального блогу. Всі поставлені задачі можна вважати виконаними.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрійчук М. Т. Взаємодія мас-медіа та органів державної влади: навчальний посібник. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. 114 с.
2. Гарматій О., Онуфрив С. Соціальні мережі як джерело інформації у роботі журналіста. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Журналістика. Вип. 1. Номер 2, 2021.* 45-52 с.
3. Герчанівська П. Е. Культурологія. Київ: Відкритий міжнародний університет розвитку людини «УКРАЇНА». 2-ге видання., 2006. 323 с.
4. Коваленко О. Блогосфера як нове медіаполе. *Наукові записки Інституту журналістики. Київ: нац. ун-ту ім. Т.Шевченка, 2009.* 100-103 с.
5. Михайлова О. Ю. Блогосфера як інструмент соціокультурних трансформацій у сучасній Україні. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України. Вип. 4-5, 2014.* 130-141 с.
6. Мудра І. Класифікація журналістських блогів. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Журналістика. Вип. 3. Номер 910, 2019.* 76-80 с.
7. Назаренко Г. Новітні тренди у трансформаціях друкованих ЗМІ на сучасному українському медіаринку. *Матеріали XIII Міжнародної Науково-технічної конференції «ABIA-2017», 2017.* 33.1-33.4 с.
8. Ненько І. Неювілейні роздуми про роль і місце ЗМІ. *Педагогіка толерантності, 2004.* 152-154 с.
9. Пилипенко А. Контент літературного журналу: принципи моделювання. *Вісник Книжкової палати. Номер 2, 2012.* 16-19 с.
10. Семен Н. Роль соціальної мережі Інстаграм у популяризації журналістського контенту. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Журналістика. Вип. 1. Номер 3, 2022р.* 74-79 с.

11. Семен Н. Інстаграм як платформа для формування іміджу країни (на прикладі акаунту Офісу президента України та особистого профілю Володимира Зеленського). *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Журналістика. Вип. 1. Номер 2, 2021р.* 40-44 с.

12. Семен Н., Казімова Ю. Соціальна мережа Інстаграм як сучасна платформа популяризації журналістського контенту. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Журналістика. Вип. 3. Номер 910, 2019р.* 95-98 с.

13. Тонкіх І. Журналістські блоги як форма впливу на громадську думку в українських Інтернет-ЗМІ. *Психолінгвістика. Вип.11, 2012.* 290-297 с.

14. Castells M. *The Information Age: Economy, Society and Culture*, 1996. 608 p.

15. Kawaura, Y. Keeping a diary in cyberspace. Y. Kawaura, Y. Kawakami., K. Yamashita. *Japanese Psychological Research. Vol. 40. 4, 1998.* 234-245 p.

16. Mehler A., Sharoff S., Santini M. *Riding the Rough Waves of Genreon the Web*, Berlin: Springer, 2010. 378 p.

### **Електронні ресурси**

17. Блогінг. URL: [https://uk.wikisko.ru/wiki/Jorn\\_Barger#Weblog](https://uk.wikisko.ru/wiki/Jorn_Barger#Weblog) (дата звернення: 21.03.2022).

18. Голованова Н. Олег Вергеліс: «Мрію про світлий час, коли наше ТБ покаже нарешті людину розумну». URL: <http://www.telekritika.ua/-daidzhest/2011-10-27/66750> (дата звернення: 12.04.2022).

19. Засоби масової інформації. Довідковий портал. URL: <https://www.calc.ru/Sredstva-Massovoy- Informatsii-Smi- Ponyatiye-Vidy-IFunksii-.html> ( дата звернення: 02.04.2022)

20. Інстаграм. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Instagram#%D0%9E%D1%81%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D0%B2%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96%D1%82%D0%>



[B0%D1%96%D0%BD%D1%81%D1%82%D1%80%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B8](#) (дата звернення: 08.04.2022).

21. Поради стосовно хештегів у Інстаграмі. URL: <https://www.instagram.com/p/CUV20kxvLgS/> (дата звернення: 11.05.2022).

22. Театральне мистецтво. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B5%D0%B0%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B5%D0%BC%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D1%86%D1%82%D0%B2%D0%BE> (дата звернення: 07.05.2022).

23. 12 основних показників ефективності соціальної мережі. URL: <https://ours.agency/12-klyuchovih-pokaznikiv-efektivnosti-v-sotsialnih-merezhah/> (дата звернення: 08.04.2022).

24. 42 способи набрати підписників в Інстаграмі в 2021 році. URL: <https://prosmm.com.ua/42-sposobu-nabraty-pidpusnykiv-v-instagram-bez-nakrutky-v-2020-rotsi> (дата звернення: 11.05.2022).

25. Instagram. URL: <https://uk.m.wikipedia.org/wiki/Instagram> (дата звернення: 22.03.2022).

26. Jeffrey Rosen. Your Blog or Mine?. URL: <https://www.nytimes.com/2004/12/19/magazine/your-blog-or-mine.html> (дата звернення: 22.03.2022).

27. Instagram-сторінка Тернопільського академічного українського драматичного театру ім Т. Г.Шевченка URL: <https://www.instagram.com/teatr.shevchenka/> (дата звернення: 12.04.2022).

28. Instagram-сторінка Театру на Подолі URL: [https://www.instagram.com/theatre\\_on\\_podil/](https://www.instagram.com/theatre_on_podil/) (дата звернення: 12.04.2022).

29. Instagram-сторінка Teatro alla Scala URL: <https://www.instagram.com/teatroallascala/> (дата звернення: 13.04.2022).

30. Instagram-сторінка National Theatre URL: <https://www.instagram.com/nationaltheatre/> (дата звернення: 13.04.2022).

## ДОДАТКИ

### Додаток А

#### Логотип блогу «За кулісою»



Унікальний логотип, розроблений автором блогу

## Додаток Б

## Тематичні рубрики блогу



ПідСофітами



ІсторіяОдн...



СловникТе...



Цитатник

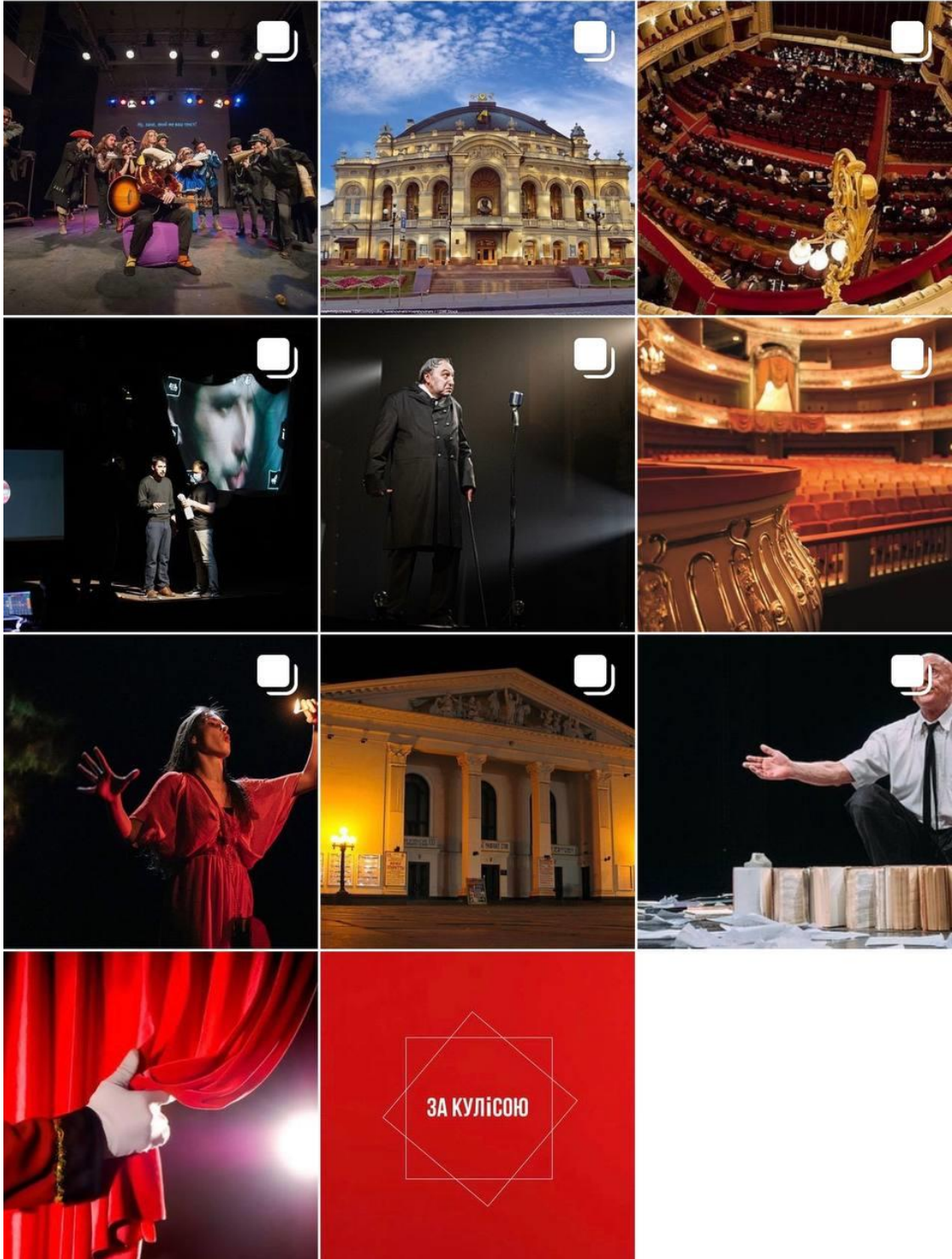


Корифеї

Оригінальні рубрики, розроблені автором

## Додаток В

## Опубліковані матеріали в блозі



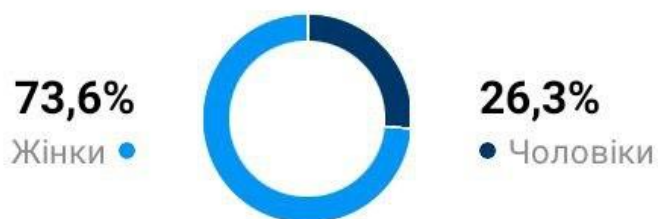
Розроблено автором

## Додаток Г

## Цільова аудиторія блогу

## Стать

з ваших читачів



## Віковий діапазон

з ваших читачів

