

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА «КРОК»
Кафедра журналістики
Спеціальність 061 «Журналістика»**

Кваліфікаційна робота

(проєкт)

на тему:

Блогосфера: сучасний відеоконтент та текстовий ряд

студентка, групи

Жур-21-зн

Щирба Радміла Андріївна

(підпис студента)

Науковий керівник

Кандидат філологічних наук

Доцент

Момот Неля Миколаївна

(Підпис)

(Дата)

Попередній захист:

(Висновок: «До захисту в Екзаменаційній комісії»)

Завідувач кафедри

(Підпис)

(Прізвище,
ініціали)

(Дата)

Київ — 2025 рік

ЗМІСТ

Вступ.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ БЛОГОСФЕРИ	6
1.1. Сутність і історія розвитку блогосфери.	6
1.2. Текстові та відеоблоги: особливості та відмінності.	13
1.3. Роль блогосфери в сучасній журналістиці.	19
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ БЛОГОСФЕРИ.....	26
2.1. Дослідження популярності відеоблогів (приклад YouTube, TikTok).	26
2.2. Текстові блоги: рецесія чи стабільність?	34
2.3. Статистичний аналіз українського блогінгу.	39
РОЗДІЛ 3. Практичні рекомендації до ведення блогу.	51
3.1. Використання відео- та текстових форматів: переваги й обмеження	51
3.2. Рекомендації для українських блогерів та журналістів щодо ведення блогу.	57
ВИСНОВКИ	70
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	75

Вступ

Актуальність теми. Блогосфера - одне з найдинамічніших явищ цифрової епохи, що суттєво змінює інформаційний простір та журналістику. Розвиток інтернет-технологій і соціальних мереж трансформували традиційні канали комунікації, відкривши кожному можливість створювати та поширювати інформацію. У цьому контексті блогосфера стала не лише альтернативним джерелом контенту, а й конкурентом традиційним ЗМІ.

Сьогодні в блогосфері домінує відеоконтент: суспільство поступово перейшло від текстових блогів до відеоформатів, які стали основним каналом споживання інформації. За даними Statista (2023), 82% інтернет-трафіку припадає на відео. Проте текстові блоги зберігають значення у сфері аналітики, журналістики та академічних досліджень.

В Україні блогосфера відіграє важливу роль у поширенні суспільно-політичного дискурсу. Блогери й незалежні журналісти часто першими висвітлюють події та проводять розслідування, що підсилює їхній вплив на масові комунікації. Отже, вивчення блогосфери є надзвичайно актуальним. **Ступінь наукової розробки.** Науковий інтерес до блогосфери почав формуватися ще у 2000-х роках, коли дослідники почали вивчати феномен цифрових комунікацій. Вагомий внесок у розуміння блогінгу зробили такі західні автори, як Джей Розен, який аналізував взаємодію блогерів і традиційних ЗМІ, Генрі Дженкінс, що досліджував культуру медіаконвергенції, та Бургесс і Грін, які вивчали платформу YouTube як засіб масових комунікацій. Українські науковці також приділяють увагу розвитку блогосфери. Зокрема, Олександр Чекмишов аналізував трансформацію журналістики під впливом нових медіа, а Володимир Іванов досліджував особливості цифрових комунікацій у вітчизняному медіапросторі.

Мета дослідження. Метою даної кваліфікаційної роботи є виявлення особливостей сучасної блогосфери, аналіз її структурних компонентів, визначення впливу відеоконтенту та текстових блогів на масові комунікації та

журналістику, а також прогнозування подальших тенденцій розвитку цифрового медіасередовища.

Завдання кваліфікаційної роботи. Для досягнення поставленої мети передбачається вирішення таких завдань:

1. Дослідити історію розвитку блогосфери, її ключові етапи та перехід від текстових до відеоформатів.
2. Проаналізувати основні характеристики текстових блогів та їхню роль у сучасному інформаційному просторі.
3. Оцінити вплив відеоблогінгу на інформаційне споживання, журналістику та соціальні комунікації.
4. Провести порівняльний аналіз текстових та відеоблогів з точки зору популярності, ефективності та сприйняття аудиторією.
5. Визначити перспективи розвитку блогосфери в умовах цифрової трансформації медіа.

Об'єктом дослідження є блогосфера як явище цифрових комунікацій, що охоплює текстові та відеоформати контенту.

Предметом дослідження є особливості взаємодії текстового та відеоформату в блогосфері, їхній вплив на журналістику, масові комунікації та поведінку аудиторії.

Наукові методи дослідження

Для реалізації поставленої мети у кваліфікаційній роботі застосовано комплекс наукових методів:

1. Контент-аналіз – для вивчення особливостей текстових і відеоблогів, їхньої структури та поширених тем.
2. Соціологічне опитування – для визначення вподобань аудиторії щодо різних форматів контенту.
3. Порівняльний аналіз – для оцінки ефективності текстового та відеоформату у масових комунікаціях.
4. Метод кейс-стаді (case study) – для аналізу успішних блогів та їхнього впливу на журналістику.

5. Статистичний метод – для обробки даних щодо популярності текстових та відеоблогів.

Наукова новизна одержаних результатів. Наукова новизна дослідження полягає у детальному аналізі блогосфери з урахуванням її новітніх тенденцій.

Практична значущість одержаних результатів

Результати дипломної роботи можуть бути використані:

- журналістами для створення ефективного мультимедійного контенту та адаптації до сучасних форматів подачі інформації;
- блогерами для вибору стратегії ведення блогу, підвищення залученості аудиторії та монетизації контенту;
- освітніми установами для розробки навчальних курсів з цифрової журналістики, медіаграмотності та блогінгу;
- маркетологами для формування ефективних стратегій контент-маркетингу, рекламних кампаній у блогосфері.

Таким чином, дослідження сприяє розширенню знань про роль блогосфери в сучасній журналістиці, її вплив на масові комунікації, а також допомагає визначити найефективніші підходи до створення контенту в цифрову епоху.

Структура та обсяг роботи. Відповідно до поставленої мети та завдань дослідження, кваліфікаційна робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних джерел та літератури – 49 позицій. Загальний обсяг роботи становить 76 сторінок.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ БЛОГОСФЕРИ

1.1. Сутність і історія розвитку блогосфери.

Сучасний інформаційний простір зазнав суттєвих змін завдяки цифровим технологіям, які відкрили нові можливості для створення, поширення та споживання контенту. Одним із найважливіших феноменів цифрової епохи стала блогосфера – динамічне середовище, де кожен користувач інтернету може бути автором, журналістом, експертом або інфлюенсером. Блогінг перетворився з особистих щоденників на потужний інструмент комунікації, що охоплює різні сфери суспільного життя – від розважального контенту до політичної аналітики. У цьому розділі розглядаються теоретичні засади блогосфери, її сутність, історія розвитку, основні функції та вплив на сучасне суспільство. Аналізується взаємодія між текстовими та відеоблогами, їхні відмінності, переваги та недоліки. Окрема увага приділяється ролі блогосфери у журналістиці, адже вона стала не лише джерелом інформації для аудиторії, а й конкурентом традиційних медіа. Розвиток блогосфери супроводжується як позитивними, так і негативними явищами. З одного боку, вона сприяє демократизації інформаційного простору, надає голос незалежним авторам і дозволяє оперативно поширювати новини. З іншого боку, виникають проблеми з достовірністю інформації, поширенням фейків та відсутністю чітких стандартів журналістської етики. Зважаючи на ці фактори, дослідження блогосфери є надзвичайно актуальним. Розуміння її структури, механізмів функціонування та ролі в сучасних комунікаціях дозволяє ефективно використовувати цей феномен для створення якісного інформаційного контенту.

Блогосфера - це складний і багатогранний феномен, що охоплює широкий спектр онлайн-діяльності, від особистих щоденників до професійних медіаплатформ. Вона являє собою глобальний комунікаційний простір, що об'єднує мільйони блогів, кожен з яких є окремим вебсайтом або розділом на платформі, де автор публікує свої записи. Основна сутність блогосфери полягає

у створенні, поширенні та обміні інформацією, ідеями та думками між людьми по всьому світу [39].

Однією з ключових характеристик блогосфери є її децентралізація, що означає відсутність єдиного центру управління, адже кожен блог є автономним. Це дозволяє авторам вільно висловлювати свої думки та створювати унікальний контент без втручання зовнішніх регуляторів. Відкритість блогосфери забезпечує доступність більшості блогів для широкого загалу, що дозволяє оперативно дізнаватися про події у світі та в Україні [35]. Інтерактивність блогосфери сприяє активному спілкуванню між блогерами та читачами через коментарі та дискусії. Це дозволяє розвивати громадянське суспільство та формувати суспільну думку [23]. Тематична різноманітність блогосфери дозволяє охоплювати широкий спектр інтересів — від особистих історій до аналітики політичних подій, культури, науки, технологій тощо. Динамічність цієї сфери постійно сприяє появі нових блогів, форматів і платформ [12]. Така багатопрофільність зумовлює активне розширення аудиторії блогів та їхню інтеграцію у повсякденне медіасередовище користувачів різного віку та соціального статусу. Завдяки цій відкритості блогери мають змогу вільно обирати тематику, яка відповідає їхнім особистим або професійним інтересам, формуючи навколо себе активні спільноти однодумців. Динамічність цієї сфери постійно сприяє появі нових форматів і платформ, що відповідають вимогам часу та тенденціям цифрового споживання інформації. У блозі можуть поєднуватися тексти, фотографії, інфографіка, відео, подкасти, прямі ефіри, опитування та інтерактивні елементи, які підвищують рівень залученості аудиторії. Більше того, блогери все частіше використовують сучасні технології — такі як алгоритми штучного інтелекту, big data, SEO-оптимізацію та автоматизовану аналітику для аналізу вподобань своєї аудиторії та персоналізації контенту. Крім того, постійне оновлення цифрових платформ, таких як TikTok, YouTube, Instagram, Medium, Substack, сприяє гнучкому адаптуванню блогерів до нових викликів і дозволяє їм бути мобільними в умовах конкуренції за увагу користувачів. У поєднанні з високим рівнем довіри до незалежного контенту, це

робить блогосферу однією з найвпливовіших форм сучасної комунікації, яка здатна не лише інформувати, але й змінювати уявлення аудиторії, формувати громадську думку та впливати на соціальні процеси.

В Україні блогосфера почала активно розвиватися на початку 2000-х років. Українські користувачі створювали блоги на різних платформах, обговорюючи суспільно важливі теми, культуру, політику та інші аспекти життя. Це сприяло формуванню онлайн-спільнот та розширенню можливостей для громадянської журналістики. Сьогодні українська блогосфера продовжує розвиватися, адаптуючись до нових технологій та платформ. Соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram та Twitter, інтегрували функції блогів, що дозволяє користувачам ділитися контентом у різних форматах. Це свідчить про постійну еволюцію блогосфери та її вплив на сучасну культуру і комунікацію [6]. Блогосфера також відіграє значну роль у розвитку культурного коду народу. Українські блогери активно пропагують національно-культурні цінності у медійному середовищі, реалізуючи це як на мовному, так і на позамовному рівні. Більшість українських блогерів вказують на високий потенціал візуального контенту у розвитку культурного коду народу у соціальних мережах з метою акцентування уваги цільової аудиторії на ключових культурних складових. Крім того, блогери мають значний вплив на формування громадської думки та можуть стимулювати громадську активність, обговорення актуальних питань та представлення нових ідей. Це робить їх важливими учасниками інформаційного простору та розвитку громадянського суспільства [32]. Сучасна українська блогосфера дедалі більше орієнтується на культурно-патріотичну тематику. Особливо популярними стали блоги, присвячені українській мові, традиціям, мистецтву та історичній пам'яті. Через такі платформи молодь залучається до національної культурної спадщини, а регіональні ініціативи отримують змогу бути почутими на загальнонаціональному рівні. У соціальних мережах формуються цифрові культурні спільноти, які активно взаємодіють між собою, організовують онлайн-події, челенджі та флешмоби, що популяризують українську символіку, народні традиції та мову [34].

Посилення культурної складової блогінгу спостерігається і в контексті освіти. За спостереженнями у монографії Михайлової Н. І. [17], блогери дедалі частіше виступають як культурні медіатори, які через власний авторський стиль подачі сприяють формуванню позитивного ставлення до української ідентичності. Це особливо актуально в умовах інформаційної війни, коли блогери беруть на себе місію поширювати правдиву інформацію про Україну як всередині країни, так і за її межами. Використання мультимедійного інструментарію — відео, фото, музики, інфографіки — підсилює емоційний вплив контенту та робить його більш привабливим для споживання, особливо серед молодшої аудиторії. У поєднанні з візуальними елементами культурного характеру (вишиванка, герб, літературні цитати, український дизайн) блогосфера стає не лише інформаційним, а й естетичним простором, у якому формується сучасний візуальний стиль української культури. Таким чином, блогосфера є важливою частиною інформаційного простору, яка відображає соціокультурні процеси та надає можливість кожному бути почутим у глобальному масштабі. Функціональність блогосфери полягає в її здатності виконувати кілька важливих завдань у сучасному суспільстві. Зокрема, інформаційна функція блогів дозволяє їм слугувати джерелами новин та аналітичних матеріалів, що часто є альтернативою традиційним засобам масової інформації. Комунікаційна роль сприяє обміну думками та створенню платформ для дискусій. Блогосфера також виконує соціальну функцію, об'єднуючи людей зі спільними інтересами, та культурну — оскільки надає простір для творчого самовираження. Не менш важливою є освітня функція блогів, що сприяє поширенню знань і досвіду в різних сферах. Згідно з навчальним посібником В. Тимошенка [31], блогінг сьогодні виступає не лише як форма журналістської практики, але і як важливий елемент нових медіа, що забезпечує горизонтальні зв'язки між учасниками комунікації. Завдяки своїй відкритості та доступності, блогосфера дає змогу кожному користувачу стати як споживачем, так і творцем контенту. Це розширює простір демократичного спілкування, в якому думка кожного може

бути почута, що є особливо важливим у суспільстві з обмеженим доступом до традиційних ЗМІ або в умовах воєнного конфлікту.

Особливої актуальності блогосфера набуває в контексті кризових подій — як-от війна, соціальні потрясіння або пандемії. Як зазначає І. В. Хоменко у своїй праці про сучасну журналістику [37], у ці періоди блоги часто виконують роль оперативних джерел інформації, знижуючи ризики дезінформації та сприяючи мобілізації громадянського суспільства. Крім того, функціональність блогосфери проявляється у здатності просувати громадські ініціативи, волонтерські проєкти, проводити краудфандингові кампанії та інші соціальні активності, що посилює її значення як платформи громадянської дії. Також варто згадати інтеграцію блогосфери в освітній процес. У багатьох вищих навчальних закладах України блоги розглядаються як інструмент розвитку критичного мислення, медіаграмотності та комунікативних навичок серед студентів. Вони використовуються для ведення навчальних щоденників, створення тематичних проєктів або відображення особистісного досвіду навчання. Це сприяє індивідуалізації освітнього процесу, мотивації до самостійного навчання та розвитку цифрової культури.

Вплив блогосфери на суспільство є значним, оскільки вона сприяє розвитку громадянської журналістики, надаючи незалежним журналістам і активістам можливість висловлювати свої погляди та доносити інформацію до аудиторії. Також вона впливає на формування громадської думки, оскільки теми, що обговорюються в блогах, часто стають предметом суспільного дискурсу. Важливим аспектом є взаємозв'язок блогосфери із соціальними мережами, що стимулює розвиток комунікаційних технологій і нових форматів контенту. Крім того, вона змінює медіа-ландшафт, змушуючи традиційні засоби масової інформації адаптуватися до її впливу та нових форм подачі інформації.

У сучасних умовах особливу роль відіграє блогосфера як канал негайного реагування на події — як глобального, так і локального масштабу. Блогери часто першими висвітлюють резонансні теми, які згодом підхоплюють великі медіа. Це свідчить про зростаючу довіру до блогерів як джерел альтернативної

інформації, що має значення для демократичного розвитку суспільства. Блоги слугують своєрідним медіамайданчиком, де відбувається активне залучення користувачів до обговорення соціально значущих тем, таких як корупція, екологія, освіта чи гендерна рівність. Вони не лише інформують, а й формують суспільну активність, створюють умови для самоорганізації громад та запуску локальних ініціатив. Активна участь громадян у блогосфері сприяє підвищенню рівня політичної свідомості та відповідальності населення. Водночас вплив блогосфери проявляється у зміні стилістики й риторики подачі інформації. Традиційні ЗМІ дедалі частіше запозичують формати, властиві блогерському середовищу: персоналізований стиль, пряма мова, інтерактивність. Це свідчить про взаємовплив між офіційними та неформальними каналами комунікації, де блогосфера виступає каталізатором змін у професійній журналістиці. Крім того, варто відзначити роль блогінгу у зміцненні національної ідентичності. Завдяки широкому охопленню й креативному підходу, українські блогери поширюють культурні цінності, популяризують українську мову, традиції та історичну пам'ять, що є вкрай актуальним у контексті інформаційної війни та боротьби за інформаційну незалежність. Сучасна блогосфера охоплює різні формати блогів, серед яких текстові блоги, що є класичним варіантом, орієнтованим на публікацію статей та аналітичних матеріалів. Відеоблоги (влоги), що публікуються на YouTube, TikTok та Instagram, стали популярним форматом завдяки широкій доступності відеоконтенту. Мікроблоги, такі як Twitter (X), Threads та Mastodon, дозволяють публікувати короткі текстові або мультимедійні повідомлення. Аудіоблоги або подкасти набули популярності через зручність споживання контенту в повсякденному житті. Фотоблоги, які зосереджені на візуальному контенті, є поширеними в Instagram і Pinterest. Окрім цих форматів, існують тематичні блоги, такі як музичні, кулінарні, тревел-блоги, що спеціалізуються на певних сферах і мають свою нішу.

Історія розвитку блогосфери розпочалася в 1990-х роках з появою перших персональних веб-сайтів, що стали прообразом сучасних блогів. У 1997 році програміст Джорн Баргер вперше використав термін «блог» (weblog) [33], а

запуск платформи Blogger у 1999 році зробив ведення блогів доступним для широкого загалу. В Україні блогосфера активно розвивалася з 2005–2006 років, коли блоги стали способом спілкування не лише близького кола друзів, але й ширшої аудиторії [17]. У 2000-х роках відбувся бум текстових блогів, що сприяв їхньому впливу на громадську думку та журналістику. 2003 року була створена платформа WordPress, яка зробила блоги ще більш гнучкими, а запуск Twitter у 2006 році започаткував нову еру мікроблогінгу. У цей же період з'явилася платформа Tumblr, що поєднала текстовий і мультимедійний контент. З початку 2010-х років блогосфера почала переходити до відеоформату, що пояснюється зростанням популярності YouTube, Instagram і TikTok. Відеоконтент став домінуючим у цій сфері, а YouTube запровадив монетизацію контенту, що зробило ведення відеоблогів прибутковою діяльністю. Запуск TikTok у 2016 році спричинив справжній бум коротких відео, що докорінно змінило формат блогінгу. У 2020-х роках блогосфера продовжує розвиватися в напрямку відео- та аудіоконтенту, адже дослідження показують, що значна частина інтернет-трафіку припадає саме на відеоформат [3]. Сьогодні відеоконтент охоплює 92% всіх інтернет-користувачів у всьому світі, що свідчить про його доступність для майже всієї глобальної бази користувачів. Крім того, 86% компаній використовують відеоконтент як маркетинговий інструмент, а статті з відео отримують на 83% більше трафіку порівняно з текстами без відео [30]. Ці тенденції підкреслюють важливість відеоконтенту в сучасній блогосфері та його вплив на споживання інформації.

В Україні блогосфера активно розвивалася від 2005 – 2006 рр. До того часу існували нечисленні блоги, які були переважно способом спілкування близького кола друзів, зокрема, іноземних. І серед самих блогерів, і серед дослідників побутує думка, що процес поширення блогерської активності в Україні наслідував ті самі процеси в Росії, але з деяким відставанням. Утім, вплинули на цей процес і суто українські чинники, особливо – події «помаранчевої революції». Зародки громадянського суспільства в Україні тоді дістали поштовх до розвитку, на що активно відгукнувся найдемократичніший сегмент

українського суспільства, представлений користувачами мережі Інтернет [20]. Раніше коло блогерів було досить вузьким, однак медіа зробили блогінг одним із ключових суспільних трендів. Початок цього процесу можна віднести до 2006–2007 років. Саме тоді на сайті *The Economist* з'явилася спеціальна рубрика «Блоги». Згодом цю ініціативу підтримали й інші великі світові видання, зокрема *Financial Times*, *Le Figaro*, *Vanity Fair* тощо. Українські медіа також не залишилися осторонь. У 2006 році видання *Кореспондент* започаткувало власну рубрику «Блоги», першими авторами якої стали журналісти В. Сич, О. Іваненко та Ю. Мак-Гаффі. У 2007 році ідею підтримала *Українська Правда*, заснована Г. Гонгадзе – серед перших її блогерів були С. Лещенко, О. Медведєв та І. Луценко. Приблизно в цей же період блоги з'явилися на сайтах *Новинар* і *ЛІГА.net*, а пізніше – на ресурсах *Лівий берег*, *Український тиждень* та інших виданнях [20].

1.2. Текстові та відеоблоги: особливості та відмінності.

З розвитком цифрових технологій та поширенням високошвидкісного інтернету блогосфера зазнала значних трансформацій. Якщо у 2000-х роках домінували текстові блоги, то у 2010-х роках відеоблоги (влоги) стали більш популярними, що відображає зміни у споживанні контенту та розвиток платформ для відеохостингу. На початкових етапах блогосфера переважно складалася з особистих щоденників, які користувачі публікували на спеціалізованих платформах, таких як LiveJournal, Blogger та WordPress. Це були переважно текстові матеріали, які дозволяли авторам ділитися своїми думками, досвідом та знаннями. Проте зі зростанням швидкості інтернету та покращенням технологій мультимедіа з'явилася можливість додавати зображення, аудіофайли та відео, що значно збагатило контент.

У 2010-х роках популярність відеоблогів стрімко зростає завдяки розвитку таких платформ, як YouTube, Vimeo та пізніше TikTok. Ці платформи запропонували авторам нові можливості для самовираження, монетизації та залучення аудиторії. Основними причинами зростання популярності відеоконтенту стали його доступність, зручність для сприйняття та більша

інтерактивність. Глядачі отримали можливість безпосередньо взаємодіяти з блогерами через коментарі, лайки та прямі ефіри, що сприяло формуванню активних онлайн-спільнот. Окрім розширення форматів контенту, важливу роль відіграла також зміна поведінки користувачів. Сучасні споживачі інформації віддають перевагу швидкому та візуально привабливому контенту, що пояснює популярність відео. Алгоритми соціальних мереж також сприяють зростанню відеоконтенту, адже платформи, такі як Instagram, Facebook та TikTok, активно просувають відеоформати, надаючи їм пріоритет у видачі.

Текстові блоги — це цифровий контент у вигляді текстових записів, опублікованих в інтернеті у зворотному хронологічному порядку. Вони можуть містити текст, зображення, гіперпосилання, графіки, таблиці та мультимедійні елементи. Цей формат дозволяє авторам детально розкривати теми через аналітичні статті, есе, репортажі та особисті щоденники. Текстові блоги активно використовують стратегії пошукової оптимізації (SEO) для залучення аудиторії через пошукові системи, оскільки текстовий контент легше індексується, що сприяє підвищенню позицій блогу в пошуковій видачі та залученню органічного трафіку. Читачі можуть споживати контент у зручний для них час та темпі, робити паузи, повертатися до прочитаного, цитувати та аналізувати текст. Для створення текстового блогу достатньо базових знань роботи з текстовими редакторами та платформами для публікацій, такими як WordPress, Blogger, Medium та інші. Це робить текстовий блогінг доступним для широкого кола користувачів, незалежно від їх технічної підготовки. Текстові блоги можуть охоплювати широкий спектр форматів та жанрів: від особистих щоденників до професійних блогів, присвячених певній галузі знань, технологіям, науці, культурі тощо. Це дозволяє кожному автору знайти свою нішу та створювати контент, який відповідає його інтересам та потребам аудиторії.

Текстові блоги передбачають можливість коментування записів, що дозволяє читачам висловлювати свою думку, ставити запитання, обмінюватися інформацією з автором та іншими читачами. Це сприяє встановленню тіснішого контакту з аудиторією та формуванню спільноти навколо блогу. В Україні

розвиток блогосфери набув значного поширення, зокрема, завдяки інтеграції блогів у соціальні мережі, такі як Facebook та Twitter, що спростило процес створення та просування контенту для авторів [26]. Це дозволило розширити коло блогерів та залучити ширшу аудиторію до споживання блогового контенту. seanewdim.com Текстові блоги також відіграють важливу роль у формуванні медіареальності, оскільки вони надають можливість авторам впливати на громадську думку, обговорювати актуальні теми та сприяти розвитку громадянської журналістики [3]. Незважаючи на розвиток нових форматів, текстові блоги зберігають свою актуальність та цінність у сучасному інформаційному просторі, залишаючись важливим інструментом для обміну знаннями, досвідом, ідеями та думками.

Відеоблоги (влоги) — це форма цифрового контенту, де основний акцент робиться на візуальному матеріалі. Відео може бути різноманітним за форматом: від коротких роликів до повноцінних фільмів. Відеоблоги розміщуються на спеціалізованих відеохостингах, таких як YouTube, Vimeo, Dailymotion, а також у соціальних мережах, як-от Instagram, TikTok, Facebook. Тематика відеоблогів може бути найрізноманітнішою: від особистих щоденників та розважальних відео до навчальних курсів, оглядів товарів або професійних відеоблогів. Автори відеоблогів (влогери) можуть бути як звичайними користувачами, так і професійними журналістами, експертами у своїй галузі, знаменитостями тощо. Відеоблоги передбачають активну взаємодію з аудиторією через коментарі, лайки, підписки. Влогери часто відповідають на коментарі своїх глядачів, проводять прямі трансляції та організовують конкурси. Відеоблоги часто мають більш особистий та емоційний характер, ніж текстові блоги. Влогери діляться своїми думками, переживаннями та досвідом безпосередньо з аудиторією, що сприяє встановленню тіснішого контакту [46].

Відеоблоги можуть поєднувати різні формати контенту, такі як відео, текст, зображення, аудіо. Успішні відеоблогери, як правило, регулярно публікують нові відео, щоб підтримувати інтерес аудиторії та залучати нових підписників [42]. Відеоблогінг відіграє важливу роль у сучасному

інформаційному просторі, виконуючи такі функції: інформаційну, комунікаційну, соціальну, культурну та освітню [2]. Відеоблоги є важливою частиною сучасного цифрового простору, оскільки поєднують у собі кілька ключових особливостей, які роблять цей формат привабливим для аудиторії. Однією з головних характеристик є візуальність та емоційність, адже відео передає не лише інформацію, а й емоції автора через голос, міміку, жести, що робить контент більш живим та переконливим. Дослідження Інституту журналістики КНУ ім. Т. Шевченка засвідчує, що емоційна подача інформації підвищує рівень залученості аудиторії на 30–40% у порівнянні з текстовим контентом. Це особливо важливо в умовах зростаючої конкуренції за увагу користувача, коли швидкість сприйняття інформації та емоційне забарвлення стають визначальними факторами у виборі контенту. Відеоблоги дозволяють авторам не лише доносити факти, а й створювати власний стиль комунікації, що сприяє формуванню особистого бренду. Регулярне ведення відеоблогу допомагає вибудовувати довірливі стосунки з аудиторією, адже глядачі починають асоціювати себе з автором, відчуваючи емоційний зв'язок. Крім того, відеоблоги є потужним інструментом соціального впливу. Через особисту подачу тем автори здатні ініціювати обговорення важливих суспільних питань, формувати громадську думку, а іноді — навіть впливати на рішення влади або брендів. Багато відеоблогерів активно використовують свої платформи для інформаційної боротьби, захисту прав людини або екологічної просвіти, демонструючи здатність відео не лише розважати, а й змінювати реальність. З технічного боку відеоблоги потребують певних знань у сфері відеомонтажу, освітлення, звуку, а також знання алгоритмів платформ (YouTube, TikTok, Instagram), що стимулює блогерів до професіоналізації. Зростає також популярність використання субтитрів, інфографіки та інтерактивних елементів у відео, що робить контент доступнішим для ширшої аудиторії, зокрема осіб із порушеннями слуху чи користувачів, які споживають відео без звуку. Важливою характеристикою є інтерактивність, що дозволяє глядачам коментувати відео, брати участь у прямих трансляціях, голосуваннях, спілкуватися з автором у

режимі реального часу. Це створює ефект присутності та відчуття спільноти. За даними «Детектор медіа», понад 70% активних українських користувачів відеоплатформ взаємодіють з контентом через коментарі та реакції. Інтерактивність також сприяє формуванню більш тісного зв'язку між автором і аудиторією, адже комунікація відбувається не в односторонньому порядку, а у форматі діалогу. Це дозволяє авторам враховувати запити, побажання та відгуки підписників у майбутньому контенті, що підвищує рівень довіри та лояльності. У результаті блогери мають змогу формувати стабільне ком'юніті навколо своїх каналів, що забезпечує не лише підтримку, але й органічне зростання охоплення. Крім того, сучасні платформи, як-от YouTube та TikTok, активно впроваджують нові функції для посилення інтерактивності: донати, стікери, опитування під час стрімів, Q&A-сесії, вбудовані чати тощо. Такі елементи не лише урізноманітнюють формат комунікації, але й дають можливість монетизувати активну взаємодію з аудиторією. Інтерактивність у цифровому середовищі також виконує соціальну функцію, об'єднуючи людей зі схожими поглядами чи інтересами. Це особливо важливо у періоди суспільних змін або криз, коли онлайн-платформи стають місцем обговорення, підтримки та мобілізації громадськості. У таких умовах взаємодія між блогером та аудиторією набуває особливого значення — вона виходить за межі розваг, перетворюючись на інструмент соціального впливу та солідарності.

Окрім цього, відеоблоги характеризуються швидкістю сприйняття інформації, адже сучасні платформи орієнтовані на короткий, динамічний контент, який легко засвоюється. Це особливо важливо для платформ YouTube Shorts, TikTok, Instagram Reels. За даними аналітичного центру Kantar Україна, середній час перегляду коротких відео в Україні становить від 15 до 60 секунд, що підкреслює важливість стислого та насиченого контенту. У такому форматі важливу роль відіграє перша секунда відео, яка має зацікавити глядача та змусити його продовжити перегляд. Блогери, що працюють у сфері короткого відеоконтенту, використовують динамічний монтаж, яскраву візуалізацію, субтитри та музику для підвищення емоційного впливу. Часто такий контент

супроводжується закликами до дії, запитаннями до аудиторії або інтригуючими фактами, що стимулює взаємодію з користувачем. Крім того, алгоритми платформ віддають перевагу відео, яке отримує швидку реакцію — лайки, коментарі, перегляди до кінця. Це змушує авторів оптимізувати структуру відео: концентрувати головну думку на початку, використовувати короткі фрази та повторювані шаблони, що легко запам'ятовуються. Таким чином, відеоблоги не лише адаптуються до особливостей цифрового середовища, але й активно формують нові стандарти подачі інформації. Важливо зазначити, що попит на короткий відеоконтент зріс не лише серед молоді, а й серед ширшої аудиторії. Це пояснюється прискоренням ритмом життя, коли споживачі прагнуть отримувати максимальну кількість інформації за мінімальний час. Відтак, короткі відео стали не просто форматом розваги, а й ефективним інструментом просвітницької, соціальної та навіть політичної комунікації. З огляду на ці тенденції, відеоблоги залишаються провідною формою цифрового контенту, яка вдало поєднує інформативність, емоційність і доступність. Для блогерів це означає потребу у постійному вдосконаленні навичок відеопродакшену, розумінні трендів платформи та чіткому позиціонуванні власного бренду у візуальній сфері.

Ще одним важливим аспектом є монетизація. Відеоблоги мають розвинену систему заробітку через рекламу, спонсорство, донати, продаж мерчандайзу та платні підписки. Forbes Україна наводить дані, що топові українські відеоблогери заробляють від 5 000 до 50 000 доларів щомісяця, використовуючи різні моделі монетизації. Окрім того, велике значення мають алгоритми рекомендацій, які використовують YouTube, TikTok, Instagram. Штучний інтелект аналізує уподобання користувачів і просуває контент відповідно до їхніх інтересів. Як зазначає медіаекспертка з Лабораторії цифрової безпеки, алгоритми можуть впливати на інформаційну бульбашку користувачів, формуючи їхню картину світу. Завдяки цим особливостям відеоблоги стали не лише розважальним, а й важливим інструментом комунікації, маркетингу та інформаційного впливу.

Таблиця 1. Основні відмінності між текстовими та відеоблогами

Параметр	Текстовий блог	Відеоблог (влог)
1. Формат контенту	Текст, зображення, гіперпосилання	Відео, анімація, аудіо
2. Швидкість споживання	Повільне, вимагає часу на читання	Швидке, сприймається через зоровий та аудіальний канали
3. Залучення аудиторії	Коментарі, поширення, дискусії	Лайки, коментарі, інтерактив через прямі ефіри
4. Монетизація	Реклама, спонсорство, платні підписки	YouTube-реклама, донати, співпраця з брендами
5. SEO та алгоритми	Орієнтоване на пошукові системи	Залежить від алгоритмів соцмереж

Джерело: [8, с.75]

1.3. Роль блогосфери в сучасній журналістиці.

Блогосфера у XXI столітті стала важливим елементом глобального інформаційного простору, істотно впливаючи на традиційні засоби масової інформації (ЗМІ) та змінюючи підходи до створення, поширення та споживання новин [17]. Вона функціонує як відкрита екосистема, що постійно розширюється і оновлюється, реагуючи на глобальні виклики, зокрема дезінформацію, кризи довіри та інформаційні війни. Якщо раніше журналістика була переважно сферою діяльності професійних медіаорганізацій, то нині інформаційний порядок денний формується не лише великими новинними агентствами, а й блогерами, незалежними журналістами та активними користувачами соціальних мереж. Вони здатні працювати швидко, оперативно реагувати на зміни, і часто першими надають інформацію без редакційної фільтрації. Такі зміни значно розширили межі традиційної журналістики, відкривши нові формати висвітлення подій — у вигляді блогів, влогів, стрімів, подкастів, аналітичних дописів у соціальних мережах. У сучасному інформаційному середовищі блогери часто стають «першою ланкою» у ланцюжку передачі новин, які згодом підхоплюють професійні ЗМІ. Така еволюція підкреслює зміну ролі журналіста

— від класичного репортера до модератора, аналітика та інтерпретатора інформаційного потоку, створеного користувачами. Водночас блогосфера сприяє зростанню інформаційного плюралізму, адже дає голос тим, хто не представлений у традиційних медіа. Це особливо актуально в контексті демократичних процесів, розвитку громадянського суспільства та підтримки інформаційної відкритості.

Зростання популярності блогосфери як альтернативного джерела інформації пояснюється розвитком цифрових технологій, мобільного інтернету та соціальних платформ, які дозволяють кожному стати творцем контенту [31]. Багато блогерів працюють зі смартфона і доступом до базових інструментів редагування — демократизація технічних засобів знижує бар'єр входу для нових учасників. Сьогодні достатньо мати лише доступ до мережі та мінімальні навички, аби створити власний інформаційний канал, що може набрати популярності у глобальному масштабі. Завдяки алгоритмам соціальних мереж блогери отримують можливість швидкого зростання аудиторії, навіть без значних фінансових вкладень. Блогосфера, що охоплює всі блоги як спільноту або соціальну мережу, є децентралізованою, без єдиного центру управління, що дозволяє авторам вільно висловлювати свої думки та створювати унікальний контент без втручання зовнішніх регуляторів [23]. Саме ця риса робить її середовищем плюралізму, де можлива присутність маргінальних, локальних, альтернативних наративів. Різноманітність думок у блогосфері створює умови для активного обговорення важливих тем, які часто залишаються поза увагою традиційних медіа. Ця відкритість забезпечує доступність більшості блогів для широкого загалу, дозволяючи оперативно дізнаватися про події у світі та Україні. Блоги все частіше стають джерелом для традиційних медіа, які відстежують їх як інформаційний барометр настроїв і пріоритетів аудиторії. Нерідко саме блогери першими виявляють суспільні запити, які згодом стають темами для журналістських розслідувань. Інтерактивність блогосфери сприяє активному спілкуванню між блогерами та читачами через коментарі та дискусії, що дозволяє розвивати громадянське суспільство та формувати суспільну думку

[23]. Це середовище, де кожен учасник не лише читає, але й активно долучається до творення публічного простору. Блогосфера в умовах цифрової трансформації виконує не лише комунікаційну функцію, а й слугує засобом самопрезентації особистості, поширення соціального капіталу та формування нових спільнот за інтересами [31]. Вона стимулює соціальну активність, розвиток культурної ідентичності та міжособистісну комунікацію, забезпечує багатоканальність інформаційного потоку, де кожен користувач має можливість як продукувати, так і споживати контент, бути одночасно творцем і аудиторією. У результаті формується новий тип комунікатора — медіаактивний громадянин, який водночас є і споживачем, і виробником інформації. Такі можливості кардинально змінюють роль споживача інформації, роблячи його активним учасником процесу.

Тематична різноманітність блогосфери охоплює широкий спектр інтересів — від особистих історій до аналітики політичних подій, культури, науки, технологій тощо [17]. Динамічність цієї сфери постійно сприяє появі нових блогів, форматів і платформ, таких як відеоблоги на YouTube і TikTok, а також аналітичні статті у незалежних блогах на платформах Medium та "Українська правда" [31]. Новітні формати, як-от інтерактивні сторіз, подкасти чи голосові чати, ще більше розширюють можливості для комунікації. Блоги можна розглядати не лише як інформаційні ресурси, але й як простір новітньої масової комунікації, де поєднуються елементи особистого та публічного дискурсу. Саме завдяки такому поєднанню блогосфера створює унікальну можливість для авторів і читачів брати участь у формуванні медіа-реальності [23]. Вона також виконує функцію збереження цифрової пам'яті, архівуючи події, думки, реакції на події сучасності.

Однією з ключових особливостей сучасної блогосфери є її здатність конкурувати з традиційними медіа. Якщо раніше газети, журнали, телебачення та радіо мали монополію на новини, то сьогодні незалежні блогери можуть першими висвітлювати важливі події, проводити журналістські розслідування та створювати аналітичні матеріали без редакційного контролю та цензури. Довіра

аудиторії до такого інформаційного джерела, як блоги, зростає, тоді як традиційні ЗМІ її втрачають. Про це свідчить факт, що агентство Reuters співпрацює з блогерами, щоб його новини супроводжувалися онлайн-дискусіями [17]. Це явище пояснюється кількома фундаментальними факторами. По-перше, блогери володіють оперативністю — здатністю реагувати на події майже миттєво, без потреби в погодженні текстів із редакторами чи дотриманні певної корпоративної політики. У випадках надзвичайних подій, катастроф, воєн чи соціальних протестів, саме блогери часто є першими, хто публікує інформацію з місця подій, використовуючи смартфони та стріми в реальному часі. По-друге, блогери мають тісніший зв'язок зі своєю аудиторією. Вони, як правило, спілкуються із читачами в коментарях, відповідають на питання, враховують зворотний зв'язок. Це створює відчуття довіри й спільності, якого часто бракує традиційним ЗМІ. У цьому контексті блогери не просто джерела інформації — вони формують мікроспільноти, в яких поширюється альтернативний дискурс. По-третє, блоги є менш залежними від політичного впливу або комерційних інтересів, що дозволяє їм висвітлювати "незручні" теми. Багато розслідувань про корупцію, порушення прав людини, екологічні проблеми або цензуру в ЗМІ були вперше оприлюднені саме на блог-платформах. Наприклад, у низці країн пострадянського простору саме блогери стали головними джерелами правдивої інформації під час виборів або репресій, надаючи альтернативу офіційному наративу. Четвертим важливим аспектом є нові формати та інноваційність, що активно впроваджуються у блогосфері. Відеоблоги, подкасти, інтерактивні історії, авторські розсилки — усе це стало не лише платформами поширення інформації, але й способами утримання уваги користувачів. Традиційні ЗМІ нерідко переймають ці формати, адаптуючи свій контент під нові медіа-реалії. Крім того, варто підкреслити і міжнародний вимір конкуренції. Українські блогери сьогодні активно працюють на глобальному рівні: вони перекладають свої матеріали англійською, співпрацюють з іноземними журналістами, беруть участь у міжнародних медіафорумах. Це не лише підвищує їхній вплив, але й посилює репутаційний тиск на класичні ЗМІ, які змушені адаптуватися до нових

умов інфопростору. У контексті воєнного часу, зокрема повномасштабного вторгнення РФ в Україну, блогосфера відіграє надважливу роль в інформаційному фронті. Незалежні журналісти, військові блогери, волонтери та очевидці подій використовують блоги як інструмент оперативного донесення правди, протидії ворожій пропаганді та підтримки морального духу суспільства. Така форма комунікації виявилася ефективною у консолідації громадськості, мобілізації допомоги та формуванні міжнародної підтримки. Однак у міру зростання впливу блогів посилюється і конкуренція за увагу аудиторії. Алгоритми соціальних мереж створюють умови для інформаційного перенасичення, а боротьба за трафік іноді призводить до сенсаційності чи викривлень. Це вимагає від аудиторії вищого рівня критичного мислення, а від самих блогерів — усвідомлення соціальної відповідальності. Таким чином, сучасна блогосфера не лише конкурує з традиційними медіа, а й змінює правила гри: створює нову медіареальність, де голос окремої людини може бути почутий мільйонами, а незалежна думка — вплинути на глобальний порядок денний.

Основні переваги блогів над традиційними медіа:

1. Оперативність і гнучкість. Блогери можуть публікувати інформацію одразу після події, без редакційних затримок. Під час протестів у Білорусі у 2020 році саме блогери, зокрема канал NEXTA, стали головним джерелом новин, у той час як державні ЗМІ мовчали [38]. Це свідчить про надзвичайну мобільність блогосфери, де один смартфон і доступ до мережі дозволяють миттєво зафіксувати події та поділитися ними з мільйонами читачів. Оперативність дає змогу формувати суспільний резонанс ще до того, як традиційні ЗМІ встигнуть зреагувати. У ситуаціях надзвичайного характеру, зокрема під час землетрусів, аварій або збройних конфліктів, саме блоги часто стають першоджерелами, які повідомляють про перебіг подій у режимі реального часу.
2. Альтернативні точки зору. Блогери висвітлюють конфлікти, катастрофи й корупційні скандали, які можуть замовчуватись офіційними джерелами. Проєкт StopFake, створений українськими журналістами, став дієвим

інструментом протидії дезінформації у медіа [44]. Завдяки відсутності зовнішнього тиску або цензури, блогери здатні говорити на теми, які є табуйованими для масових медіа, зокрема питання дискримінації, прав меншин, політичного переслідування, воєнних злочинів. Це створює умови для формування плюралістичного медіасередовища, де представлено різні думки — від офіційних до маргінальних. Блоги дають змогу почути голоси тих, кого не чують ЗМІ: внутрішньо переміщених осіб, волонтерів, учасників бойових дій, активістів з регіонів.

3. Незалежність. На відміну від традиційних ЗМІ, блоги часто не залежать від політичних чи бізнес-структур. Це дозволяє авторам бути більш об'єктивними. Наприклад, відомий журналіст Гленн Грінвальд заснував незалежну платформу через цензуру в традиційних ЗМІ [45]. Незалежність блогера проявляється не лише у фінансуванні, а й у виборі тем, ритмі публікацій, стилі подачі. Така свобода приваблює аудиторію, яка шукає «неофіційну правду», критичний аналіз подій, альтернативне бачення світу. Блогери можуть дозволити собі експериментувати з форматами, відкрито висловлювати незгоду з офіційною лінією, що підвищує їхню цінність як джерел громадського контролю.
4. Горизонтальність комунікації. На відміну від ЗМІ, де комунікація найчастіше має односторонній характер, блогосфера забезпечує діалог між автором і читачами. Це сприяє зростанню інтерактивності й підвищенню довіри до контенту [23]. Читачі можуть залишати коментарі, дискутувати з автором, ділитися власними історіями, що формує спільноти навколо блогів. Такий формат не лише покращує якість зворотного зв'язку, а й дозволяє оперативно виправляти помилки, уточнювати факти, реагувати на запити аудиторії. Це новий тип взаємодії, де автор не диктує думку, а веде розмову, що підвищує рівень залученості користувачів і формує відчуття причетності до створення контенту.

Попри конкуренцію, блогери й журналісти активно співпрацюють: журналісти використовують блогерські джерела, створюють блоги та

застосовують нові інтерактивні формати у ЗМІ [17][31]. У багатьох редакціях уже сформувалися спеціальні підрозділи, які відстежують блогосферу та соціальні мережі в пошуках тем, реакцій, свідчень очевидців. Це свідчить про поступову інтеграцію блогосфери у структуру сучасної журналістики — не як конкурента, а як партнера, джерела новацій, каналу зв'язку з аудиторією.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ БЛОГОСФЕРИ

2.1. Дослідження популярності відеоблогів (приклад YouTube, TikTok).

Блогосфера у ХХІ столітті зазнала суттєвих змін, трансформувавшись із простору персональних щоденників на потужний інструмент масової комунікації. Вона пройшла шлях від простих блог-платформ на зразок LiveJournal і Blogger до складних багатоканальних систем, інтегрованих у соціальні мережі, де контент охоплює текст, відео, графіку та інтерактивні елементи. На початку свого розвитку блоги слугували здебільшого приватними записами користувачів у мережі, де люди ділилися особистими переживаннями, творчими ідеями чи професійними спостереженнями. Ці записи мали формат щоденників або аналітичних нотаток і не передбачали широкої аудиторії чи глибокої інтеграції з іншими медіаресурсами. Однак з часом, під впливом технічного прогресу та суспільного запиту на нові формати подачі інформації, блогосфера значно розширилася. Зокрема, розвиток смартфонів, мобільних додатків, інструментів аналітики, хмарних сервісів та алгоритмів рекомендацій значно вплинув на динаміку споживання блог-контенту. Завдяки стрімкому розвитку цифрових технологій, широкому доступу до інтернету та популяризації соціальних мереж, блоги перетворилися на багатофункціональний канал комунікації, який поєднує в собі особисту думку, аналітичну подачу та журналістське розслідування. Такі блоги дедалі частіше стають джерелом інформації для ЗМІ, впливають на громадську думку та відіграють роль альтернативних інформаційних центрів. Вони стали не лише засобом самовираження, а й альтернативним джерелом новин, соціокультурної аналітики, розважального й освітнього контенту. Особливо активно блогери працюють у нішах науки, освіти, культури, соціальної критики, урбаністики, екології, що сприяє розширенню функціоналу сучасного блогінгу. Сучасні блогери — це не лише автори текстів, а й відеокреатори, інтерв'юери, подкастери, інфлюенсери, що формують власні інформаційні екосистеми

навколо певної тематики або цінностей. Вони застосовують цифрові інструменти для побудови персональних брендів, впроваджують сторітелінг, інтерактивні формати та емоційний маркетинг для глибшого залучення аудиторії.

Блогери, незалежні автори, влогери та інфлюенсери дедалі частіше впливають на формування суспільної думки, норм поведінки, медіапростору, соціальних процесів і навіть на політичні рішення. Їхній вплив особливо помітний у кризові моменти: під час виборів, протестів, надзвичайних ситуацій чи воєнних дій. Саме блогери часто першими повідомляють про важливі події, надають аналітичний контекст або висвітлюють позиції, які залишаються поза увагою традиційних медіа. Їхня активність дозволяє забезпечити плюралізм думок, що є основою демократичного суспільства.

Зміна поведінки користувачів, зокрема перехід від традиційних ЗМІ до цифрових платформ, став однією з найпомітніших ознак сучасної інформаційної епохи. Сьогодні дедалі більше людей отримують новини та аналітику не з газет чи телебачення, а з мобільних додатків, соціальних мереж або відеоплатформ. Така трансформація супроводжується появою нових форматів: відеоблогінгу, стрімінгу, подкастів, лайвів, інтерактивних форматів.

Ці тенденції, у свою чергу, зумовили необхідність глибшого вивчення блогосфери як феномена сучасної масової комунікації. Аналізуючи сучасні тренди, можна простежити не лише еволюцію медіаконтенту, а й оцінити виклики, що постають перед суспільством: зростання обсягів неперевіреної інформації, комерціалізація контенту, маніпуляції в соціальних медіа, ерозія журналістських стандартів. У цьому контексті особливого значення набувають питання медіаграмотності, цифрової етики та відповідального споживання інформації, що стають критично важливими як для аудиторії, так і для самих блогерів. Розвиток цифрової освіти, курсів з фактчекінгу та етичних кодексів блогера сприяє становленню зрілої, відповідальної блогосфери.

У XXI столітті блогосфера стала невід'ємною частиною глобального інформаційного простору, відіграючи ключову роль у зміні традиційної медіасистеми. Вона суттєво вплинула на трансформацію форматів споживання

інформації, дозволивши кожному користувачеві стати автором і транслятором контенту. Якщо в минулому інформаційний порядок денний формували виключно професійні редакції ЗМІ, то сьогодні визначальними стали блогери, незалежні журналісти та лідери думок у соціальних мережах [17]. Ця децентралізація інформаційного простору сприяла зростанню плюралізму думок і демократизації доступу до медіа. Блоги стали платформами, де користувачі можуть не лише висловлювати свою позицію, а й отримувати зворотний зв'язок у режимі реального часу. Такий формат взаємодії змінив роль споживача інформації, який тепер виступає також у ролі активного учасника, критика та співтворця контенту. Блогосфера сприяла формуванню нового типу журналістики — громадянської, у межах якої звичайні користувачі соціальних мереж, блогери й незалежні автори виступають у ролі хронікерів сучасності. Вони оперативно реагують на події, часто висвітлюють теми, які залишаються поза увагою традиційних ЗМІ, особливо в умовах цензури чи політичного тиску. Водночас аудиторія блогів дедалі частіше розглядає блогерів як більш достовірне джерело інформації, ніж офіційні канали, що пов'язано з ефектом особистої довіри, неформальною манерою подачі матеріалу та високою залученістю читачів. Завдяки технологіям Web 2.0 з'явилась можливість миттєвого поширення контенту, мультимедійної інтеграції (відео, фото, подкасти), а також пряма участь спільнот у поширенні та коментуванні інформації. Ця інтерактивність надала блогосфері рис живого соціального організму, що здатен самоорганізовуватися й мобілізувати аудиторію у важливі моменти — під час протестів, катастроф, суспільних криз. Наприклад, під час подій Революції Гідності в Україні значну роль у документуванні перебігу подій відіграли саме блогери, які транслювали хід протестів, порушення прав людини та реакції міжнародної спільноти. Особливістю сучасної блогосфери є її тематична і жанрова різноманітність: від лонгвідів до коротких постів, від розважального контенту до глибокої аналітики, від особистих щоденників до професійних розслідувань. Така гнучкість дозволяє блогерам орієнтуватися на запити конкретної аудиторії, формувати навколо себе спільноти за інтересами, а

також впливати на суспільні процеси, зокрема — через підняття актуальних соціальних, політичних чи екологічних питань. Не менш важливою є функція збереження цифрової пам'яті: блоги виконують роль неформального архіву сучасності, у якому фіксуються думки, почуття, реакції, дискусії. Це джерело, до якого дослідники майбутнього зможуть звертатися для вивчення суспільних настроїв і подій епохи цифрової трансформації. Варто також зазначити, що блогосфера дедалі частіше інтегрується у професійне медіасередовище: ЗМІ використовують матеріали блогерів, запрошують їх до участі в ток-шоу, створюють на своїх платформах розділи для незалежних авторів. У відповідь блогери запозичують журналістські інструменти: фактчекінг, інтерв'ю, аналітичні огляди. Це свідчить про взаємопроникнення і гібридизацію інформаційного ландшафту, де межі між традиційною журналістикою й блогінгом поступово стираються.

Крім того, блогосфера стала інструментом мобілізації громадської активності, зокрема у періоди соціальних протестів, політичних кампаній або гуманітарних криз. Швидкість поширення контенту через блоги та соціальні мережі дозволяє оперативно реагувати на події, формувати суспільний резонанс і впливати на порядок денний традиційних медіа. Цей процес значною мірою зумовив трансформацію журналістських підходів — від ієрархічної структури до горизонтального, мережевого типу комунікації. Блогосфера стала не лише дзеркалом громадської думки, а й активним генератором мобілізаційних ініціатив. Платформи на кшталт Twitter та Facebook, де блогери публікують заклики до дії, організовують флешмоби, кампанії солідарності чи збори коштів, мають реальний вплив на соціальну динаміку. Наприклад, під час Революції Гідності в Україні блогери та активісти стали ключовими комунікаторами між протестувальниками та ширшою громадськістю. Через блоги координувалися дії, передавалась актуальна інформація про небезпеки, потреби та місця зібрань. Цей процес був не лише інформаційним, а й емоційним — блоги стали каналом підтримки, надії, взаємоповаги. У політичному контексті блоги часто виконують роль інструменту громадського контролю за виборчими процесами та діями

влади. Блогери документують зловживання, порушення, агітацію, маніпуляції, що дає змогу формувати альтернативну картину реальності, особливо в умовах, коли офіційні медіа перебувають під контролем. Усе це підсилює демократичні процеси і розширює участь громадян у прийнятті суспільно важливих рішень. Не менш важливою є функція блогосфери в гуманітарних кризах. Блогери активно інформують про потреби постраждалих, організовують волонтерську допомогу, виступають посередниками між благодійниками та тими, хто потребує підтримки. Це особливо яскраво проявилось після початку повномасштабної війни в Україні у 2022 році, коли блогосфера перетворилася на інфраструктуру оперативної взаємодії, координації евакуацій, поширення гуманітарної інформації та психологічної підтримки. Мобілізаційний потенціал блогосфери також проявляється у створенні цифрових кампаній, петицій, рухів, що трансформуються у реальні зміни. Наприклад, кампанії на захист прав людини, довкілля, гендерної рівності часто стартують саме з блогів та особистих історій, що стають вірусними. Застосування хештегів, візуального сторітелінгу, інтерактивних форматів робить такі ініціативи ефективними інструментами соціального впливу.

З розвитком цифрових технологій блогінг став не лише засобом самовираження, але й важливою складовою економіки знань. Багато блогерів сьогодні перетворили свою діяльність на професійний вид зайнятості, де контент виступає основним ресурсом, а довіра аудиторії — ключовою валютою. У цьому контексті особливої актуальності набувають питання етики, достовірності, відповідальності автора перед читачем, а також медіаграмотності самої аудиторії. У сучасному медіасередовищі блогери відіграють роль не лише комунікаторів, але й експертів, аналітиків, соціальних підприємців, а подекуди — і повноцінних ньюзмейкерів. Їхні пости, відео та інші цифрові продукти стають об'єктами цитування у традиційних ЗМІ, використовуються для формування громадської думки, політичної мобілізації чи соціального активізму. Створення якісного блог-контенту потребує від авторів навичок журналістики, сторітелінгу, візуальної культури, SEO, маркетингу, а також вміння працювати з

аналітикою та зворотним зв'язком аудиторії. Блогери, які професіоналізували свою діяльність, часто використовують платформену економіку для монетизації — через партнерські програми YouTube, прямі донати (Patreon, BuyMeACoffee), рекламні інтеграції, брендові колаборації, NFT, краудфандинг, а також створення власних освітніх продуктів, курсів, товарів чи підписок. У результаті блогінг перетворюється на самодостатній сегмент креативної економіки, що створює робочі місця, формує нові ринки і впливає на культурну парадигму. Проте, зростання ролі блогінгу як джерела доходу породжує нові етичні дилеми — наприклад, прихована реклама, просування сумнівних продуктів, маніпулятивні техніки залучення, клікбейт, спотворення фактів з метою збільшення переглядів. Це зумовлює необхідність внутрішньої саморегуляції, прозорості та чесності перед своєю аудиторією. Деякі популярні блогери розробляють власні етичні маніфести, публічно декларуючи свої принципи. З іншого боку, сама аудиторія повинна навчатися критично сприймати контент — оцінювати джерела, відокремлювати факти від суджень, розпізнавати елементи пропаганди або маніпуляції. Тут важливою є роль освітніх ініціатив, медіаосвітніх проєктів, платформ боротьби з дезінформацією та освітніх колаборацій між блогерами й фахівцями з медіаграмотності. У поєднанні всіх цих факторів блогінг постає не лише як творчий акт чи форма самовираження, а як багатогранна професійна діяльність із соціальним, економічним і культурним значенням.

Поширення мобільного інтернету, цифрових технологій і зростання кількості онлайн-платформ призвели до стрімкого зростання популярності блогів. Згідно зі звітом Інституту масової інформації (ІМІ), понад 65% українців отримують новини саме з соціальних мереж та блогів, обминаючи традиційні джерела інформації [9]. Така зміна свідчить про високий рівень довіри до альтернативних джерел інформації, які надають можливість оперативно отримувати новини та різні точки зору на події. Підтвердженням цього є висновки з навчального посібника «Новітні масмедійні технології в інформаційному суспільстві», де зазначається, що блогосфера сьогодні виконує

не лише роль каналу комунікації, а й виконує функції експертного середовища, платформи для формування суспільних ініціатив, місця міжособистісної взаємодії та мобілізації громад [18]. Вона є основою цифрової демократії, оскільки дозволяє кожному охочому долучатися до обговорення важливих соціальних питань, формувати порядок денний і впливати на рішення влади без посередництва класичних ЗМІ.

Однією з найбільш динамічних форм блогінгу є відеоблогінг, що поєднує в собі візуальний, аудіо та текстовий контент. Його вплив особливо відчутний у сфері освіти, культури, соціальної комунікації. Завдяки доступності відеокамер, смартфонів і простих інструментів монтажу, влогінг став масовим явищем. Платформи YouTube, TikTok, Facebook Watch виступають не лише як розважальний сегмент, а й як джерело знань та аналітики [11].

Відеоблогінг в Україні почав активно розвиватися після запуску локалізованої версії YouTube.ua у 2012 році, що дало змогу українським авторам ширше охоплювати аудиторію [41]. Якщо раніше це були аматорські відео, то згодом блогери почали використовувати професійне обладнання, опановувати сценарні техніки, прийоми кіномонтажу. Такий розвиток сприяв конкуренції зі ЗМІ, змушуючи останніх адаптуватися до нових форматів подачі інформації. Водночас варто зазначити, що розвиток відеоблогінгу в Україні не був би можливим без підтримки з боку громадських ініціатив та проєктів. Так, у 2019 році ГО «Детектор медіа» реалізувала освітній курс із відеоблогінгу для молоді, де учасники отримали знання щодо технічного оснащення, етики ведення блогу та просування власного контенту в соціальних мережах [5]. Саме завдяки таким заходам формується нове покоління відповідальних контент-мейкерів.

Згідно з монографією Н. І. Михайлової, відеоблоги в Україні також виконують функції культурного посередника, адже завдяки ним здійснюється збереження і трансляція національних цінностей у медіапросторі. Особливо це помітно в умовах повномасштабної війни, коли українські відеоблогери стали

важливим джерелом достовірної інформації, підтримки морального духу та мобілізації глядачів [17].

Освітні відеоблоги, зокрема канали «Клятий раціоналіст» та «Наука і техніка», сприяють поширенню наукових знань серед молоді та дорослих глядачів, заповнюючи нішу, якої часто бракує у традиційному телебаченні [11]. Водночас платформи надають авторам повну свободу в тематиці, стилі та способі подачі, чим і приваблюють нову аудиторію.

Сучасні відеоплатформи, передусім YouTube і TikTok, активно змінюють спосіб споживання інформації. TikTok, який популярний серед молоді, став не лише майданчиком для розваг, а й джерелом новин та формування думок [14]. За даними компанії Kantar, у 2024 році понад 9,4 млн повнолітніх українців використовують TikTok, при цьому відзначено зростання частки користувачів, які отримують звідти суспільно-політичну інформацію [43]. Ці платформи створюють умови для гіперперсоналізації інформації: користувачі бачать контент, який відповідає їхнім інтересам, однак при цьому можуть опинитися в інформаційній «бульбашці». Як зазначає у своєму посібнику В. Масюра, така тенденція знижує рівень критичного мислення і сприяє поляризації суспільних настроїв [18].

Разом з позитивними тенденціями відеоблогінг має і виклики: зниження уваги, поширення дезінформації, маніпулятивний контент. Дослідження Лабораторії цифрової безпеки вказують на те, що надмірне використання TikTok може впливати на когнітивні процеси підлітків [14]. У цьому контексті зростає необхідність медіаграмотності, підвищення культури споживання контенту та створення національних програм підтримки якісного відеоблогінгу.

Таким чином, відеоблогінг як частина блогосфери є потужним інструментом формування інформаційного поля в Україні. Його вплив охоплює освіту, медіа, культуру та соціальні процеси. Зростаюча роль блогерів в інформаційній екосистемі вимагає підвищення відповідальності, професіоналізації та розвитку медіаграмотності серед усіх учасників цього процесу.

2.2. Текстові блоги: рецесія чи стабільність?

За останнє десятиліття блогосфера зазнала значних трансформацій. У той час як відеоконтент і соціальні мережі демонструють стрімке зростання, текстові блоги залишаються важливим інструментом для глибокого аналізу, публіцистики та особистісного самовираження [31]. Разом із розвитком нових форм контенту, таких як відео, мікроблоги та інтерактивні платформи, текстові блоги зберігають свою роль як ідеальні майданчики для детальних дискусій та аналітики. Вони дозволяють авторам не лише висловлювати свої думки щодо актуальних подій, але й проводити глибокі дослідження, що неможливо реалізувати в інших форматах, таких як короткі повідомлення в соціальних мережах [17]. Текстовий блог формує особливий тип зв'язку між автором та читачем, заснований на осмисленому, аргументованому викладі думки. Це створює умови для інтелектуального діалогу, обміну досвідом, рефлексії. Такий формат залишається особливо цінним у сфері науково-популярної журналістики, літературної критики, філософських і соціокультурних обговорень. Зокрема, українські інтелектуальні платформи, як-от "Збруч", "ЛітАкцент", активно використовують текстові блоги для публікації есе, рецензій і статей. Блоги також стали важливою частиною освітнього простору: викладачі, студенти, дослідники ведуть власні блоги, де ділиться науковими результатами, аналізують поточні події крізь призму фаху, створюють авторські методики. Цей формат надає змогу академічній спільноті вийти за межі традиційних публікацій і звертатися до ширшої аудиторії. Не менш важливою є і документалістична функція текстових блогів — вони часто виконують роль цифрових щоденників історичних подій, особистих рефлексій на соціальні кризи, воєнні події, пандемії. Наприклад, блоги українських військових журналістів стали не лише джерелом новин, але й хронікою війни, що згодом матиме значення для історичної пам'яті. Попри переваги відео та інтерактивного контенту, текст залишається незамінним носієм складної, глибокої інформації. Він дозволяє читачу зосередитися, повернутися до прочитаного, зробити нотатки, що особливо важливо в умовах

перевантаженості короткими фрагментами даних. Багато читачів віддають перевагу саме тексту — як способу не тільки споживати інформацію, але й осмислювати її. Текстові блоги також зберігають перевагу в SEO-просуванні, що робить їх важливими інструментами у сфері цифрового маркетингу, персонального брендингу, політичної та соціальної активності. Багато політиків, експертів і громадських діячів ведуть блоги, через які комунікують зі своїми виборцями та прихильниками, формують власний дискурс поза рамками великих медіа.

Додатково, текстові блоги стають різноманітнішими завдяки інтеграції з новітніми технологіями, такими як SEO (оптимізація для пошукових систем), що дозволяє їхнім авторам досягати більш широкої аудиторії [18]. Пошукова оптимізація включає не лише підбір ключових слів, а й структурування контенту, використання метаописів, внутрішнє та зовнішнє лінкування, що робить блог привабливим як для читача, так і для алгоритмів Google. У поєднанні з аналітикою (наприклад, Google Analytics), це дозволяє авторам краще розуміти інтереси та поведінку аудиторії, адаптуючи свій контент під її запити. Текстові блоги сьогодні також активно використовують мультимедіа: вбудовування відео, інтерактивних елементів, інфографіки, карт, аудіофайлів тощо. Це дозволяє створювати гібридний контент, що поєднує глибину письмового слова з візуальною виразністю сучасних цифрових інструментів. Такі блоги стають платформами для комплексного інформування, де користувач має змогу не лише прочитати текст, а й переглянути відеокоментар, прослухати подкаст або переглянути інфографіку на ту саму тему. Таким чином, текстові блоги еволюціонують у напрямку багатоформатних онлайн-журналів. Проте навіть із такими перевагами текстові блоги стикаються з певними викликами. Одним із основних є конкуренція з іншими видами контенту, особливо з відео та фотографіями, які можуть залучити користувачів швидше та простіше. Сучасний користувач часто перебуває в умовах інформаційного перевантаження, що стимулює споживання короткого, візуально насиченого контенту — саме тому популярність набирають TikTok, Instagram Reels, YouTube Shorts. Однак для тих,

хто шукає детальне структурування матеріалів або хоче ознайомитися з комплексними аналізами, текстові блоги все ще залишаються найефективнішим інструментом [31]. Саме вони дозволяють автору глибоко розкрити тему, навести аргументи, посилання на джерела, статистичні дані, цитати, що критично важливо для аналітичного сприйняття. Текстовий блог також надає простір для розвитку стилю, інтелектуального діалогу з читачем, формування авторитету автора. Більше того, саме текстові блоги залишаються базовим форматом для академічної, культурної, політичної публіцистики, блогів експертів і науковців. Вони мають тривалий життєвий цикл, їх зручно архівувати, цитувати, індексувати, а отже — використовувати у дослідницькій, освітній та журналістській діяльності. У цьому аспекті текстові блоги є не лише інструментом комунікації, а й елементом цифрової культурної спадщини, що зберігає інтелектуальний доробок суспільства.

Іншими словами, хоча інновації в сфері відеоконтенту та зміна переваг аудиторії можуть вести до зміщення фокусу на менш об'ємні формати, текстові блоги мають достатньо потенціалу для адаптації до нових реалій. Їхня здатність залучати людей, які цінують якісну інформацію та експертний контент, забезпечує їм стабільність навіть у нелегкі часи для цього формату [17]. Це дослідження має на меті проаналізувати сучасні тенденції текстових блогів і визначити, наскільки вони ефективно зберігають свою позицію в цифровому медіапросторі. Завдання полягає в тому, щоб з'ясувати, чи можна говорити про рецесію цього формату, або ж текстові блоги демонструють стабільність і навіть потенціал для подальшого розвитку в умовах змін на медіаринку [18].

Текстові блоги продовжують відігравати значну роль у контент-маркетингу, але їхня популярність зазнає впливу сучасних тенденцій та технологій. Зростання популярності відеоконтенту, зокрема платформ TikTok, YouTube Shorts та Reels, призводить до того, що аудиторія все частіше обирає короткі відео замість довгих текстових статей [23]. Крім того, розвиток штучного інтелекту спрощує процес створення контенту, що може призвести до перенасичення інтернету неунікальними матеріалами. Зміни в алгоритмах

пошукових систем, таких як Google, також впливають на видимість текстових блогів, надаючи перевагу авторитетному та експертному контенту [18].

Попри ці виклики, текстові блоги залишаються важливим інструментом для залучення органічного трафіку, особливо при правильній SEO-оптимізації. Вони дозволяють передавати глибокий експертний контент, який важко повністю відобразити у форматі відео. Адаптація форматів, таких як мікроблоги, структуровані списки та інтерактивні елементи, робить текстові матеріали більш привабливими для читачів [17]. Крім того, блоги сприяють побудові довіри та репутації бренду як експерта у своїй сфері.

З розвитком цифрових технологій та зростанням кількості інтернет-користувачів текстові блоги адаптуються до нових форматів споживання інформації. Сучасні автори активно інтегрують мультимедійні елементи – фотографії, відео, інфографіку – у свої статті, що дозволяє розширити традиційний текстовий формат і зробити матеріали більш привабливими для читачів [31]. Такий підхід сприяє не лише збереженню актуальності блогів, а й підвищує їх аналітичну цінність, адже дозволяє подати складну інформацію в доступному та структурованому вигляді. Попри домінування короткого та візуально орієнтованого контенту у соціальних мережах, текстові блоги забезпечують глибокий аналіз подій, що є незамінним для формування обґрунтованої громадської думки [23]. Дослідження показують, що аудиторія, яка цінує детальні розгорнуті матеріали, залишається стабільною та навіть зростає, що свідчить про стабільність формату текстових блогів у сучасному медіапросторі [18].

Крім того, платформи для публікації текстових блогів, такі як Medium, WordPress та Blogger, пропонують зручні інструменти для створення та розповсюдження контенту. Вони дозволяють авторам не лише публікувати власні думки, але й інтегрувати зовнішні джерела інформації, що робить блог більш комплексним і достовірним [23]. У цифрову епоху текстові блоги все більше набувають рис повноцінних інформаційно-аналітичних майданчиків, де поєднуються елементи журналістики, публіцистики, науково-популярного

письма та соціального коментаря. Це середовище сприяє формуванню нових форматів комунікації — наприклад, серійних блогів-досліджень, блогів-щоденників освітніх проєктів або тематичних блогів з вузькоспеціалізованим аналізом (на кшталт медичних, правових, літературних чи культурологічних). Зручні редактори з функціями візуалізації даних, мультимедійними вставками, інтерактивними модулями дають можливість авторам не лише писати, але й конструювати контент як цифрову екосистему. Окремі дослідники, зокрема Зінов'єва І. А. [7], підкреслюють зростаючу роль блогосфери як платформи для розвитку критичного мислення серед молоді. Вони відзначають, що текстові блоги мають потенціал стати освітнім інструментом у формуванні інформаційної культури. У новітніх посібниках також зазначається, що блогери, які зосереджуються на культурно-соціальній тематиці, сприяють поширенню національної ідентичності через публікації аналітичного та історико-культурного характеру [4]. Такі блоги можуть бути як індивідуальними, так і колективними. Наприклад, студентські або викладацькі блоги в університетах дедалі частіше використовуються як платформи рефлексії, аналізу академічних тем і просування наукової комунікації. Блоги вчителів у шкільному середовищі перетворюються на засоби педагогічної підтримки, методичної допомоги та натхнення для інших освітян.

Ці блоги виконують не лише інформаційну, а й виховну функцію, формуючи середовище, в якому відбувається активне осмислення цінностей, традицій та суспільних викликів. Таким чином, текстові блоги у XXI столітті не лише зберігають свою актуальність, а й розвиваються як важливий інструмент суспільної комунікації, освіти та культури в умовах цифрової трансформації. Значущою особливістю текстових блогів є їхня здатність акумулювати «цифрову пам'ять» — автори не лише відгукуються на події, а й створюють архіви думок, позицій, дискусій, які в майбутньому можуть бути використані як джерела для аналізу суспільних трансформацій. У цьому контексті блоги стають інструментом колективного усвідомлення історичних процесів. Таким чином, текстові блоги у XXI столітті не лише зберігають свою актуальність, а й

розвиваються як важливий інструмент суспільної комунікації, освіти та культури в умовах цифрової трансформації. Їх роль у формуванні критично мислячого громадянського суспільства зростає, особливо в умовах інформаційної нестабільності та загроз цифровій безпеці.

2.3. Статистичний аналіз українського блогінгу.

Український блогінг за останні роки демонструє значну динаміку розвитку, що підтверджується як кількісними, так і якісними показниками. Збільшення кількості блогерів, розширення тематики контенту та активне впровадження нових форматів є основними чинниками цього процесу. З розвитком цифрових технологій та соціальних мереж блогосфера стала не лише інструментом для самовираження, а й важливою складовою медійного простору, що впливає на суспільну думку, політичні процеси та економічні тенденції [31]. Блоги сьогодні виконують не лише розважальну чи освітню функцію, але й є потужним каналом комунікації між авторами та їхньою аудиторією. Аналіз даних дозволяє окреслити кілька ключових напрямків, які характеризують сучасний стан та тенденції розвитку блогосфери в Україні, включаючи зростання аудиторії, зміну форматів контенту, економічні аспекти та виклики, з якими стикаються автори.

Загальний обсяг та зростання аудиторії. За останній рік кількість активних користувачів українських блогів зросла на 25–30%, що свідчить про підвищення інтересу як серед споживачів, так і серед рекламодавців [17]. Це зростання пов'язане із загальним підвищенням цифрової грамотності населення, покращенням якості інтернет-з'єднання та зростаючою популярністю блогів як альтернативного джерела інформації [18]. Дані Міністерства цифрової трансформації України демонструють стабільне зростання аудиторії завдяки розширенню доступу до високошвидкісного інтернету, що в 2024 році охоплює понад 85% міських і 60% сільських мешканців. Крім того, зростання числа мобільних користувачів, яке за останній рік збільшилося на 15%, значно вплинуло на популярність блогів, оскільки більшість контенту зараз

споживається через мобільні пристрої [19]. Дослідження Національної академії наук України також свідчать про поступове зміцнення блогосфери як інструмента масової комунікації. У 2023 році було зафіксовано, що понад 60% користувачів українського сегменту інтернету споживають інформацію саме з блогів [22]. Публікації на цих майданчиках дедалі частіше виступають джерелом новин для регіональних ЗМІ, що вказує на зростання їхньої інформативної ваги. Крім того, у дослідженні Київського міжнародного інституту соціології (КМІС) відзначено, що довіра до контенту, створеного незалежними блогерами, перевищує рівень довіри до традиційних медіа серед молоді віком 18–35 років [10].

Основні платформи та канали розповсюдження. Українські блогери використовують широкий спектр платформ для ведення своєї діяльності, зокрема міжнародні сервіси, такі як WordPress, Medium і Blogger, а також локальні платформи, серед яких особливо популярні соціальні мережі, такі як Facebook та Instagram. За даними дослідження, Facebook-блоги відіграють важливу роль у популяризації історії України та її видатних постатей, що свідчить про активне використання цієї платформи для розповсюдження контенту [21]. У 2024 році спостерігається зростання популярності відеоформатів, таких як Reels в Instagram і Shorts на YouTube, що сприяє трансформації блогінгу у мультимедійний формат. Це підвищує рівень залучення аудиторії та дозволяє авторам експериментувати з формами подачі матеріалу. Дослідження показують, що тревел-блогінг, як інноваційний інструмент розвитку туристичного бізнесу, активно використовує вебплатформи для створення та поширення контенту, що відображає різноманітні аспекти подорожей та туристичних послуг [16]. Крім того, освітній блогінг на платформах типу WordPress набирає обертів завдяки інтеграції з LMS (Learning Management Systems), що дозволяє створювати освітні блоги та курси в одному середовищі.

Окрім цього, локальні ресурси відіграють ключову роль у розвитку незалежної журналістики та підтримці культурної ідентичності. Стаття,

присвячена дослідженню блогів як інформаційно-комунікативних майданчиків під час війни, підкреслює їх значення для медійної діяльності в умовах конфлікту [27]. Такі блоги слугують платформами для альтернативної журналістики, де громадяни можуть висловлювати думки, вести щоденники подій, ділитися фото- та відеоматеріалами з місць подій. Крім того, аналітика свідчить, що незалежні блогери дедалі частіше обирають нішевий контент, зосереджуючись на економічних, політичних і соціальних темах, що підвищує їхню впізнаваність серед аналітично орієнтованої аудиторії. Зростає також використання багатоплатформного підходу — ведення блогу одночасно у кількох каналах (наприклад, YouTube і Instagram), що дає змогу розширити охоплення аудиторії, посилити візуальний ефект і сприяти взаємодії з різними демографічними групами. Платформи також пропонують інструменти монетизації, що робить блогінг не лише формою самовираження, а й потенційним джерелом доходу.

Демографічний аналіз аудиторії. Демографічні дослідження свідчать, що основну аудиторію українського блогінгу становлять користувачі віком від 18 до 35 років. Це найбільш активна група в цифровому середовищі, яка формує тренди онлайн-контенту. За результатами дослідження Сумського державного університету, молоді користувачі, зокрема студенти та молоді спеціалісти, складають понад 65% читачів блогів. Вони цікавляться не лише розважальним контентом, але й аналітичними матеріалами та експертними оцінками суспільно-політичних подій. Ця аудиторія демонструє високий рівень цифрової грамотності та активну участь у створенні та поширенні контенту. Молоді люди часто є не лише споживачами, але й авторами блогів, що сприяє розвитку нових форматів — від відеоблогінгу до текстових колонок на незалежних платформах. За інформацією, отриманою з Національного авіаційного університету, блоги в Instagram активно читають саме користувачі віком 18–30 років, що складають основну частину підписників і взаємодіють із контентом через коментарі, лайки, репости. Високий рівень залученості молодшої аудиторії також проявляється у частоті взаємодії з блогерами. Регулярне споживання блог-контенту

відбувається щонайменше один раз на день. Особливу увагу привертають блоги на теми освіти, цифрових технологій, політики, культури та особистісного розвитку. Саме ці напрями найбільше цікавлять молодь, що пояснюється загальним трендом до самоосвіти та активного громадянського позиціонування серед представників цього вікового сегмента.

Крім того, дослідження показують, що молодь схильна надавати перевагу довгим аналітичним публікаціям, а не коротким інформаційним повідомленням. Близько 58% опитаних відзначили, що глибокий аналіз подій, запропонований у блогах, дозволяє краще орієнтуватися у складних темах та формувати власну думку. Це свідчить про наявність запиту на якісний, структурований контент, орієнтований на критичне мислення. Варто також відзначити, що географічний розподіл аудиторії блогів в Україні досить рівномірний: окрім мешканців великих міст, таких як Київ, Львів, Харків та Дніпро, активність проявляють і користувачі з менших населених пунктів, що свідчить про розширення інтернет-покриття та зростаючу доступність цифрових медіа по всій країні.

Тенденції контенту та інтеграція сучасних технологій. Українські блогери активно адаптують свої публікації до сучасних тенденцій, використовуючи мультимедійні елементи, такі як фото, відео, інфографіка, інтерактивні посилання та анімації. Це робить контент більш доступним та привабливим для широкої аудиторії. За результатами дослідження Запорізького національного університету, інтеграція мультимедійного контенту сприяє ефективнішій комунікації з аудиторією та підвищує рівень утримання користувачів на сторінці на понад 30%. Мультимедійні формати дозволяють гнучко адаптувати інформацію під різні цільові групи, зокрема молодіжну аудиторію та користувачів соціальних мереж. Оптимізація контенту для пошукових систем (SEO) залишається важливим інструментом для збільшення органічного трафіку. Блоги, які впроваджують SEO-стратегії, значно покращують свою видимість у пошукових системах. Дослідження, проведене на базі ЗНУ, підтверджує, що SEO дозволяє підвищити кількість відвідувань у 2–3 рази, особливо при використанні ключових слів, метаданих та структурованої розмітки [15].

Крім того, в українському медіапросторі починає зростати популярність використання штучного інтелекту (ШІ) для створення персоналізованого контенту. Згідно з публікаціями в журналі Київського університету імені Бориса Грінченка, ШІ допомагає блогерам аналізувати уподобання аудиторії, формувати релевантні тексти, автоматизувати рутинні завдання та оптимізувати розклад публікацій [3]. Це відкриває нові можливості для масштабування контенту, але також ставить виклики перед блогерами щодо етичного використання ШІ, збереження автентичності стилю та контролю якості матеріалів.

Економічні аспекти та монетизація. Монетизація українських блогів продовжує активно розвиватися завдяки зростанню цифрової економіки, популярності соціальних мереж та довіри аудиторії до нативного контенту. Блогери дедалі частіше використовують змішані моделі заробітку, серед яких: прямі рекламні інтеграції, партнерські програми, платні підписки, донати, створення власних продуктів (електронні книги, онлайн-курси), а також краудфандинг [31]. Дослідження, проведене на базі Київського національного торговельно-економічного університету, показує, що найперспективнішими для українських авторів є моделі монетизації через Patreon, YouTube Membership та прямі пожертви (donate) через сервіси типу Monobank, PayPal, BuyMeACoffee. Окрему роль відіграє співпраця з брендами: за даними аналітичного звіту від кафедри маркетингу ЛНУ ім. Івана Франка, мікроінфлюенсери (блогери з аудиторією до 100 тис. підписників) показують вищий рівень довіри та залученості у порівнянні з великими обліковими записами, що підвищує ефективність рекламних кампаній [29]. Цей тренд сприяє переходу компаній до партнерства з локальними лідерами думок, які мають тісніший зв'язок зі своєю аудиторією. Крім того, у 2023–2024 роках зросла популярність створення власних навчальних платформ і продажу цифрових продуктів. За даними факультету журналістики ЗНУ, понад 40% українських блогерів почали заробляти через створення та продаж авторських курсів, електронних посібників

та інфографічних гайдів [25]. Такий підхід дозволяє не лише диверсифікувати джерела доходів, а й зміцнювати бренд автора як експерта в певній галузі.

Економічна ефективність блогінгу також пов'язана з розвитком інфраструктури цифрових платежів та локальних сервісів підтримки авторів. Наприклад, у 2024 році в Україні було запущено декілька національних платформ для пожертв та платних підписок, адаптованих під українське законодавство та банківську систему. Це спрощує процес монетизації та зменшує комісію за транзакції порівняно з міжнародними платформами. Разом з тим, варто враховувати й виклики. Серед основних проблем, з якими стикаються блогери, — податкова звітність, відсутність єдиного правового регулювання для цифрових креаторів, а також конкуренція за увагу аудиторії в умовах високої інформаційної насиченості [31]. Незважаючи на це, блогінг продовжує бути перспективною формою самозайнятості для українців, особливо в умовах воєнного часу та переходу до гнучких моделей роботи.

Проблеми та перспективи розвитку. Незважаючи на позитивні тенденції, український блогінг стикається з рядом викликів, які можуть впливати на подальший розвиток галузі. Конкуренція з боку відеоконтенту та коротких форматів. Популярність відео на YouTube, TikTok та Instagram Reels змінює динаміку споживання контенту, що може зменшувати увагу до традиційних текстових блогів. Згідно з даними, наведеними у звіті факультету журналістики Національного університету «Острозька академія», молодь дедалі частіше віддає перевагу коротким відеоформатам, які легше сприймаються та швидше доносять інформацію [28]. Це створює конкуренцію для авторів текстових матеріалів, які змушені адаптовувати свої блоги до нових форматів, включаючи мультимедійний супровід та інтерактивні елементи. Крім того, поширення візуального контенту в соціальних мережах значно впливає на темп і спосіб споживання інформації. За останніми дослідженнями, середній час, який користувачі готові витратити на ознайомлення з контентом, скоротився до 8–10 секунд. У такому середовищі текстові формати, що потребують концентрації уваги, втрачають свою конкурентоспроможність. Це спонукає блогерів не лише

скорочувати обсяг текстів, а й комбінувати їх із візуальними вставками, відеовставками та інтерактивними інструментами, як-от голосування або тести. Платформи, що підтримують короткий відеоконтент, мають більш ефективні алгоритми просування, які віддають перевагу динамічному та емоційно забарвленому контенту. Це створює ще один виклик для авторів блогів, змушуючи їх експериментувати з форматами та використовувати багатоканальний підхід до подачі інформації. Відповідно, виникає потреба у кросмедійності — публікація матеріалів у кількох форматах та на різних платформах, що дає змогу охопити ширшу аудиторію і підвищити видимість контенту у цифровому середовищі. Зважаючи на ці зміни, сучасний блогер повинен не лише володіти навичками написання текстів, але й розуміти принципи відеомонтажу, візуального дизайну та роботи з аудиторією в режимі реального часу. Таким чином, конкуренція з боку відеоконтенту не лише знижує популярність текстових блогів, а й трансформує професійний профіль самого блогера.

Інформаційне перевантаження. У сучасному інформаційному просторі користувачі щодня стикаються з надлишком даних. За результатами дослідження, проведеного на базі Київського національного університету культури і мистецтв, понад 60% респондентів відчують втому від обсягу доступного контенту, що ускладнює зосередження на великих текстах [13]. У зв'язку з цим блогери змушені оптимізувати свій контент — зменшувати обсяг, структурувати інформацію та використовувати візуальні підказки (іконки, підзаголовки, маркери) для збереження уваги читача. Цей феномен часто називають «інфошумом» — надмірною кількістю повідомлень, що постійно надходять з різних джерел: соціальні мережі, месенджери, новинні сайти, push-сповіщення. Такий потік інформації викликає когнітивне перевантаження, що призводить до швидкої втомлюваності та зниження здатності критично аналізувати прочитане. Особливо це стосується молоді, яка є основною аудиторією блогосфери та споживає контент у великих обсягах і з високою швидкістю. У відповідь на ці виклики зростає популярність

«легкозасвоюваного» контенту — коротких постів, списків, інфографік, міні-форматів з тезовим поданням інформації. Блогери дедалі частіше вдаються до використання мультимедійних елементів, які дозволяють передати суть матеріалу без надмірного навантаження на увагу читача. Зокрема, поширеними стають короткі відео, слайд-каруселі в Instagram та візуалізовані історії, що поєднують текст із зображеннями. Більше того, спостерігається тенденція до гейміфікації подачі контенту, коли елементи гри — тести, опитування, рейтинги — використовуються для утримання інтересу аудиторії та підвищення її залученості. Це змінює роль читача, який стає активним учасником інформаційного процесу, а не лише споживачем. У таких умовах автори змушені адаптувати свій стиль до нових очікувань аудиторії, розвиваючи навички лаконічного, структурованого й візуально привабливого викладу думок.

Фінансові виклики. Хоча монетизація блогінгу продовжує зростати, більшість українських блогерів усе ще стикаються з нестачею стабільних рекламодавців. Згідно з кваліфікаційною роботою, представленою в Київському національному торговельно-економічному університеті, понад 55% блогерів в Україні не можуть забезпечити повноцінний дохід виключно через блогінг і змушені поєднувати цю діяльність з іншими джерелами прибутку. У відповідь на ці труднощі автори вдаються до альтернативних форм фінансування — зокрема, краудфандингових платформ, партнерських програм, а також створення цифрових продуктів для продажу (онлайн-курси, гіді, платні аналітичні матеріали). Окрім краудфандингу, поширення набувають сервіси підписної моделі, такі як Patreon, Buy Me a Coffee або українська платформа «Спільнокошт», що дозволяють отримувати регулярну підтримку від аудиторії. Це формує нову модель взаємодії між автором і читачем, де контент стає результатом колективного інвестування в ідею, а не лише товаром для споживання. Такий підхід підвищує рівень довіри до автора та зміцнює його автономію від комерційного впливу. Додатковим джерелом доходу для блогерів стає організація офлайн-заходів: зустрічей з підписниками, лекцій, майстер-класів, які не лише приносять прибуток, а й зміцнюють зв'язок із аудиторією.

Водночас, через зростання конкуренції блогери змушені не лише створювати якісний контент, а й розробляти маркетингову стратегію просування, працювати з воронками продажів, автоматизацією розсилок та брендуванням своєї присутності в медіа. Розвиток платних партнерських матеріалів також вимагає дотримання етичних стандартів, адже зростає ризик втрати довіри аудиторії через непрозору рекламу або просування суперечливих продуктів. Тому багато авторів добровільно декларують співпрацю з брендами, публікують відкриту політику щодо монетизації контенту і впроваджують механізми зворотного зв'язку з аудиторією для збереження репутації. Незважаючи на ці виклики, українська блогосфера продовжує демонструвати гнучкість, здатність до адаптації та високий рівень самостійності. Завдяки підтримці аудиторії, навичкам цифрової комунікації та впровадженню інновацій блогери мають потенціал не лише для збереження своїх позицій, але й для посилення ролі в інформаційному просторі України.

Проблеми та перспективи розвитку. Незважаючи на позитивні тенденції, український блогінг стикається з рядом викликів, які можуть впливати на подальший розвиток галузі. Серед ключових проблем — відсутність сталого механізму монетизації контенту для більшості блогерів. У той час як західні блогери мають доступ до широкого спектра платформ для заробітку (Patreon, YouTube Partner Program, рекламні мережі), в Україні ці механізми лише починають розвиватися, що змушує багатьох авторів залежати від донатів або приватних замовлень, часто з компромісами щодо незалежності. Ще однією актуальною проблемою є правовий вакуум — відсутність чітких законодавчих норм щодо статусу блогера, захисту авторського права та відповідальності за поширення недостовірної інформації. Водночас блогери нерідко піддаються переслідуванням за свою позицію, що вказує на потребу правових гарантій свободи слова у цифровому середовищі. Інформаційна безпека є ще одним критичним викликом: фейки, боти, маніпуляції, замовні кампанії під виглядом блогерської думки. В умовах гібридної війни Україна є мішенню для дезінформаційних атак, і блогери, свідомо чи несвідомо, можуть ставати їх

ретрансляторами. Відсутність журналістської освіти у більшості авторів блогів іноді призводить до поширення неперевіреної інформації. З технічного боку — конкуренція з глобальними платформами та алгоритмами, що не завжди підтримують український контент. Наприклад, українськомовні блоги мають менший органічний охоплення в порівнянні з англomовними чи російськомовними аналогами, що обмежує аудиторію. Це пов'язано з недостатньою локалізацією алгоритмів пошуку та рекомендацій. Окремо варто згадати про брак системної підтримки з боку держави або громадянського суспільства: немає освітніх програм, які б готували майбутніх блогерів до етичної й професійної діяльності; не вистачає платформ для обміну досвідом і формування етичних стандартів. Водночас, блогосфера в Україні розвивається переважно стихійно, без координації або спільних ініціатив. Попри всі ці труднощі, перспективи українського блогінгу залишаються оптимістичними. По-перше, зростає попит на незалежну інформацію та альтернативні джерела. По-друге, з'являється нове покоління креаторів, які поєднують журналістські стандарти з творчими форматами (відеоесе, подкасти, розслідування). По-третє, під впливом війни та суспільних змін формується нова громадянська свідомість, де блогер — це не просто контентмейкер, а носій цінностей, культурної пам'яті та активної позиції. Підвищення рівня цифрової грамотності, розвиток внутрішнього ринку реклами, міжнародна інтеграція українських авторів до глобального контексту, зокрема завдяки співпраці з діаспорою та закордонними платформами — усе це створює умови для зміцнення та якісної еволюції блогосфери.

Конкуренція з боку відеоконтенту та коротких форматів. Популярність відео на YouTube, TikTok та Instagram Reels змінює динаміку споживання контенту, що може зменшувати увагу до традиційних текстових блогів. Згідно з даними, наведеними у звіті факультету журналістики Національного університету «Острозька академія», молодь дедалі частіше віддає перевагу коротким відеоформатам, які легше сприймаються та швидше доносять інформацію [28]. Це створює конкуренцію для авторів текстових матеріалів, які

змушені адаптовувати свої блоги до нових форматів, включаючи мультимедійний супровід та інтерактивні елементи.

Інформаційне перевантаження. У сучасному інформаційному просторі користувачі щодня стикаються з надлишком даних. За результатами дослідження, проведеного на базі Київського національного університету культури і мистецтв, понад 60% респондентів відчують втому від обсягу доступного контенту, що ускладнює зосередження на великих текстах [13]. У зв'язку з цим блогери змушені оптимізовувати свій контент — зменшувати обсяг, структурувати інформацію та використовувати візуальні підказки (іконки, підзаголовки, маркери) для збереження уваги читача.

Фінансові виклики. Хоча монетизація блогінгу продовжує зростати, більшість українських блогерів усе ще стикаються з нестачею стабільних рекламодавців. Згідно з кваліфікаційною роботою, представленою в Київському національному торговельно-економічному університеті, понад 55% блогерів в Україні не можуть забезпечити повноцінний дохід виключно через блогінг і змушені поєднувати цю діяльність з іншими джерелами прибутку. У відповідь на ці труднощі автори вдаються до альтернативних форм фінансування — зокрема, краудфандингових платформ, партнерських програм, а також створення цифрових продуктів для продажу (онлайн-курси, гіді, платні аналітичні матеріали). Незважаючи на ці виклики, українська блогосфера продовжує демонструвати гнучкість, здатність до адаптації та високий рівень самостійності. Завдяки підтримці аудиторії, навичкам цифрової комунікації та впровадженню інновацій блогери мають потенціал не лише для збереження своїх позицій, але й для посилення ролі в інформаційному просторі України. Попри ці виклики, завдяки гнучкості та здатності адаптуватися до новітніх технологій, блогінг в Україні має значний потенціал для подальшого розвитку та інтеграції з іншими форматами медіа.

Статистичний аналіз українського блогінгу свідчить про стабільне зростання аудиторії, широке використання різних платформ та високий рівень залученості користувачів. Незважаючи на конкуренцію з боку відео та

соціальних мереж, текстові та змішані блоги залишаються важливим інструментом для глибокого аналізу, публіцистики та формування громадської думки. Адаптація до сучасних технологій та інноваційні підходи до створення контенту забезпечують цьому сегменту значний потенціал для подальшого розвитку у цифровому медіа-просторі.

РОЗДІЛ 3. Практичні рекомендації до ведення блогу.

3.1. Використання відео- та текстових форматів: переваги й обмеження

Вибір між відео- та текстовими форматами для передачі інформації є важливим аспектом сучасної комунікації, оскільки кожен із них має свої унікальні переваги та обмеження. Розуміння цих характеристик допомагає обрати найбільш підходящий формат залежно від специфіки контенту, цільової аудиторії та контексту використання [18]. Відеоформат забезпечує високу емоційну залученість та візуалізацію інформації, що особливо важливо в умовах надлишку контенту та зниження уваги глядача. Завдяки поєднанню зображення, звуку, інтонації й міміки відео здатне передати емоції, інтерпретувати складні теми у доступній формі та створювати атмосферу довіри. Воно добре працює у випадках, коли необхідно демонструвати процеси (інструкції, навчальні відео), залучати широку аудиторію або емоційно впливати на сприйняття (соціальна реклама, виступи лідерів думок). З іншого боку, текстовий формат залишається незамінним інструментом для передачі детальної, структурованої інформації, аналітичних розвідок, документів, досліджень і новин. Текст дозволяє читачеві зупинитися на важливих моментах, повернутися до попереднього фрагмента, здійснити пошук за ключовими словами. Це особливо актуально у професійному, академічному та журналістському середовищі, де важлива точність формулювань, логіка викладу та збереження джерел. Аналіз поведінки онлайн-аудиторії свідчить, що короткі відеоформати (до 2 хвилин) мають високий рівень перегляду в соціальних мережах, зокрема на платформах TikTok, Instagram Reels, YouTube Shorts. Водночас для вивчення глибоких тем глядачі частіше звертаються до довших відео або статей. У таких випадках текст забезпечує гнучкість у темпі споживання інформації та дозволяє швидше охопити великі обсяги знань. Контекст також відіграє ключову роль: наприклад, у мобільному середовищі, де користувач переглядає контент у транспорті чи під час перерв, перевага надається відео чи аудіо через зручність сприйняття на ходу.

Натомість у професійних умовах, наприклад, при підготовці звітів, аналітики чи досліджень, текст є домінантним. Не варто також забувати про інклюзивний аспект: текстовий формат краще адаптований для осіб із вадами слуху або в умовах, де неможливо відтворити звук. Водночас відео з субтитрами дозволяє об'єднати переваги обох форматів і охопити ширшу аудиторію. Сучасні тенденції вказують на ефективність комбінування тексту й відео - наприклад, текстові статті, доповнені відеороликами, інфографікою та короткими візуальними поясненнями. Такий мультимодальний підхід підвищує інформативність та залученість аудиторії, відповідає вимогам різних типів споживачів контенту.

Відео є потужним засобом передачі інформації, оскільки поєднує візуальні та аудіальні елементи, що дозволяє ефективно передавати емоції та складну інформацію. Це особливо важливо в маркетингу, де відеоогляди та демонстрації продуктів можуть наочно показати товар чи послугу в дії, сприяючи кращому розумінню їхніх характеристик та переваг [31]. Це допомагає потенційним клієнтам ухвалити обґрунтоване рішення щодо покупки. Крім того, відеоконтент часто викликає сильні емоції, такі як радість або захоплення, що підвищує рівень залученості аудиторії [24]. У сучасному цифровому середовищі відео є ключовим інструментом комунікації не лише в комерційній, а й у соціальній, освітній та інформаційній сферах. Його багатоформатність (короткі відео, стріми, документальні фільми, інтерв'ю) дозволяє адаптувати повідомлення під різні цільові аудиторії. Наприклад, короткі відео формату TikTok чи Reels особливо ефективні для молодшої аудиторії, тоді як глибші аналітичні відео краще сприймаються професійними спільнотами. Крім того, відео має високу частоту поширення в соціальних мережах. Алгоритми платформ, таких як Facebook, Instagram та YouTube, віддають перевагу саме відеоформатам, оскільки вони сприяють довшому часу взаємодії користувачів із контентом. Це підвищує ймовірність повторного перегляду, поширення та залучення нових підписників. Не менш важливим є й той факт, що відео забезпечує можливість створення візуального нарративу — історії, яка емоційно впливає на глядача. Завдяки

монтажу, музиці, акторській грі та спецефектам, відео здатне викликати емпатію та асоціативний зв'язок із брендом чи ідеєю. Саме це пояснює ефективність відеореклами під час соціальних кампаній, політичної комунікації чи благодійних ініціатив. Крім маркетингового ефекту, відео сприяє підвищенню довіри до контенту. Демонстрація продукту «вживу», свідчення клієнтів або показ процесу виробництва створюють відчуття прозорості та автентичності, що особливо цінують сучасні споживачі. Також відеоформат часто використовується в інструкційних матеріалах — гіді, туторіали, навчальні курси, що робить його незамінним у сфері онлайн-освіти. Відео дозволяє також ефективно працювати з багатомовною аудиторією — за допомогою субтитрів, дубляжу чи візуальних підказок. Це розширює охоплення та робить контент доступним для людей із різним рівнем володіння мовою чи фізичними особливостями (напр., для осіб із вадами слуху).

Однак, створення якісного відеоконтенту вимагає значних ресурсів, включаючи час, фінанси та технічні засоби. Процес виробництва відео може бути складним і потребувати залучення професіоналів для забезпечення високої якості зображення та звуку. Крім того, відеофайли зазвичай займають більше місця на носіях даних та вимагають більшої пропускну здатності мережі для передачі, що може бути проблематичним для користувачів з обмеженим доступом до швидкісного інтернету [31]. Стиснення відео може допомогти зменшити розмір файлу, але це може призвести до втрати якості зображення. Також важливо враховувати складність постобробки відеоконтенту, яка включає монтаж, кольорокорекцію, озвучення, додавання титрів, субтитрів і спецефектів. Кожен із цих етапів вимагає відповідного програмного забезпечення та навичок користування ним, що не завжди є доступним для пересічного користувача або початківця. Навіть базова обробка відео може займати багато годин, особливо якщо автор прагне досягти професійного рівня подачі. Фінансові витрати також відіграють суттєву роль: для створення якісного відео часто потрібне обладнання — камери високої роздільної здатності, мікрофони, освітлення, штативи, дрони тощо. Крім того, у випадку створення комерційного або брендового відео, часто

виникає потреба у залученні знімальних команд, сценаристів, режисерів, аніматорів, що значно підвищує загальні витрати на виробництво. Із технічного боку, при зйомці у високій роздільній здатності, наприклад у форматі 4K або навіть 8K, збільшується обсяг вихідного матеріалу, що створює потребу у великій кількості місця на диску, а також у потужних комп'ютерах для обробки. Зберігання і резервне копіювання таких файлів вимагає не лише додаткових фізичних або хмарних сховищ, а й ефективної організації архівів. Ще один виклик — оптимізація відеоконтенту для різних платформ. Різні соціальні мережі, такі як YouTube, Instagram, TikTok або Facebook, мають свої специфікації щодо розміру відео, співвідношення сторін, максимальної тривалості та форматів файлів. Автору необхідно адаптувати відео під ці вимоги, що може вимагати додаткового редагування або навіть створення кількох версій одного матеріалу. Крім того, відеоконтент вимагає ретельного планування концепції та сценарію. Недостатньо просто зняти відео — важливо створити структуровану й цікаву історію, яка утримає увагу глядача. Візуальний стиль, музичне оформлення, динаміка кадрів — усе це має значення для успішного сприйняття контенту. Не менш важливим є і правовий аспект: автор відео повинен дотримуватись авторських прав при використанні музики, графіки або відеофрагментів інших творців. Порухення може призвести до блокування відео на платформах або навіть юридичних наслідків.

З іншого боку, текстові формати є більш універсальними та доступними. Вони дозволяють швидко передавати інформацію та легко адаптуються до різних платформ і пристроїв [18]. Текстові матеріали, такі як статті, звіти чи інструкції, можуть бути створені відносно швидко та з меншими витратами. Крім того, текстові документи займають менше місця на носіях даних і не потребують високошвидкісного інтернет-з'єднання для передачі чи завантаження. Це робить їх зручними для зберігання та розповсюдження, особливо в умовах обмежених ресурсів [12]. Додатково, текстові формати мають високу ступінь доступності, зокрема для осіб із порушеннями слуху або тих, хто перебуває в умовах, де неможливо споживати аудіо- або відеоконтент. Завдяки цьому тексти відіграють

важливу роль у забезпеченні інклюзивності медіапростору. Більше того, текст легко індексується пошуковими системами, що забезпечує кращу видимість у цифровому середовищі, спрощує пошук інформації та підвищує ефективність інформаційної взаємодії з аудиторією. Текстові матеріали дають змогу читачеві засвоювати інформацію у власному темпі, повертатися до ключових тез, робити нотатки або цитати. Це особливо важливо в науковому, освітньому й аналітичному контекстах, де глибоке розуміння вимагає зосередженого читання. Крім того, текст можна легко редагувати, перекладати, адаптувати до різних аудиторій або контекстів без необхідності повторної зйомки чи монтажу, як це є у випадку з відео. Також варто зазначити, що текстові формати мають велике значення для архівування. На відміну від мультимедійного контенту, який з часом може втратити актуальність або стати недоступним через застарілі формати, текстові документи залишаються читабельними навіть через десятиліття. Вони є основою для наукових бібліотек, державних архівів, баз даних та цифрових колекцій. У контексті професійної комунікації текст також відіграє ключову роль — листи, звіти, резюме, офіційні заяви та нормативні документи подаються переважно у текстовій формі. Це пов'язано з вимогами до точності, формалізованості й юридичної сили таких документів. Таким чином, текст залишається незамінним у діловому, освітньому, юридичному та адміністративному обігу. В умовах воєнного часу, криз або природних катастроф, коли доступ до інтернету може бути нестабільним, а мобільні пристрої працюють у режимі енергозбереження, саме текстові повідомлення, push-нотифікації та SMS виявляються найефективнішими засобами оперативної комунікації.

Проте, текстові формати мають свої обмеження. Вони менш ефективні у передачі емоцій та візуальної інформації, що може бути критично важливим у певних контекстах, таких як мистецтво, мода чи кулінарія [36]. Крім того, сприйняття тексту вимагає більшої концентрації та зусиль від аудиторії, що може знижувати рівень залученості, особливо серед користувачів, які віддають перевагу візуальному контенту. З огляду на це, дедалі більше блогерів

комбінують текст із мультимедійними елементами: зображеннями, інфографікою, відео або аудіо, щоб зробити повідомлення більш привабливим та легким для сприйняття. Такий підхід дозволяє не лише посилити емоційний вплив повідомлення, а й задовольнити потреби ширшої аудиторії з різними стилями сприйняття інформації. Зокрема, візуальний контент значно швидше запам'ятовується і краще сприймається в умовах інформаційного перенасичення. Саме тому інтеграція тексту з мультимедіа стала важливим елементом успішного блогінгу в цифрову епоху.

Вибір між відео- та текстовими форматами також залежить від цільової аудиторії та платформи розповсюдження контенту. Наприклад, молодша аудиторія часто надає перевагу відеоконтенту, тоді як старша може бути більш схильна до сприйняття інформації у текстовому вигляді. Крім того, специфіка платформи відіграє важливу роль. У соціальних мережах, таких як Instagram чи TikTok, відео є домінуючим форматом, тоді як на інформаційних сайтах або в наукових виданнях переважають текстові матеріали [31]. Цей поділ також відображає різні моделі споживання інформації. Відео забезпечує емоційну залученість, дозволяє швидко захопити увагу та ефективно передавати візуальний контент, тоді як текст дає змогу глибше аналізувати інформацію, повернутись до складних тез, зосередитися на деталях. Для тем, що потребують аналітичного підходу, зручніше використовувати текстові формати. Натомість у ситуаціях, де важливими є візуальні елементи, міміка, емоції чи динаміка подій — відео має перевагу. Такий функціональний розподіл дозволяє авторам краще адаптувати контент до конкретних завдань і цілей комунікації.

У багатьох випадках доцільно поєднувати обидва формати, щоб максимально ефективно донести інформацію до різних сегментів аудиторії та врахувати їхні уподобання та потреби [24]. Наприклад, стаття може супроводжуватися відеоматеріалом, який демонструє ключові моменти, що дозволяє охопити ширшу аудиторію та забезпечити глибше розуміння теми.

Оптимальний вибір між відео- та текстовими форматами залежить від багатьох факторів, включаючи характер інформації, ресурси для створення

контенту, технічні можливості аудиторії та специфіку платформи розповсюдження. Ретельний аналіз цих аспектів дозволяє обрати найбільш підходящий формат для ефективної комунікації та досягнення поставлених цілей [18]. Для кращого розуміння специфіки різних платформ, що використовуються для блогінгу, у таблиці нижче наведено порівняльну характеристику таких популярних ресурсів, як YouTube та TikTok:

Таблиця 2. Порівняльна таблиця функціональних можливостей платформ

Платформа	Формат контенту	Тривалість контенту	Можливість монетизації	Інтерактивність	Алгоритми рекомендацій	Основна аудиторія
YouTube	Відео, стріми	Від кількох секунд до кількох годин	Так (реклама, підписки, спонсорство)	Коментарі, лайки, підписки	Потужні, персоналізовані	18–45 років
TikTok	Короткі відео	До 10 хвилин	Так (реклама, донати, партнерства)	Коментарі, лайки, шері	Дуже агресивні, вірусні	13–30 років

Джерело: [47, с.80], [48, с.80]

Крім того, важливу роль відіграє когнітивне сприйняття користувачів. Частина аудиторії краще сприймає текстову інформацію, що дає змогу перечитувати, аналізувати, виділяти основне, тоді як інші віддають перевагу візуальному або аудіальному формату, який передає емоції, інтонацію, візуальні приклади. Таким чином, мультимедійне поєднання форматів забезпечує інклюзивність та доступність інформації для максимальної кількості споживачів. З огляду на це, сучасна журналістика дедалі частіше застосовує гібридні підходи до подачі контенту — з інтерактивними елементами, коментарями експертів у відеоформаті, інфографікою та інтегрованими посиланнями на джерела. Така стратегія не лише підвищує якість подачі матеріалу, а й сприяє кращому залученню аудиторії.

3.2. Рекомендації для українських блогерів та журналістів щодо ведення блогу.

Сучасна блогосфера є однією з найбільш динамічних сфер цифрового простору, яка безперервно змінюється під впливом новітніх технологій, трансформацій алгоритмів соціальних платформ та змін у поведінці аудиторії. У цифрову епоху, коли контент продукується у величезних обсягах і швидко розповсюджується мережею, блогери постають не лише як творці інформації, а як повноцінні учасники комунікаційного процесу, що активно формують інформаційний порядок денний. У зв'язку з цим блогери мають адаптуватися до нових умов, впроваджуючи ефективні стратегії створення контенту, що відповідає актуальним трендам та потребам цільової аудиторії. Адаптація включає регулярне вивчення нових інструментів аналітики, зміни у стилі подачі, персоналізацію повідомлень для вузьких сегментів аудиторії та використання інструментів автоматизації — наприклад, планувальників публікацій, нейромереж для обробки графіки чи генерації сценаріїв. Важливим аспектом у цьому процесі є вибір формату контенту, що включає відео, текст, графіку та аудіо. Розмаїття форматів дозволяє блогерам досягати ширшої аудиторії та задовольняти різні стилі споживання інформації: короткий відеоконтент підходить для швидкого ознайомлення, тоді як аналітичні статті забезпечують глибоке занурення в тему. Ефективне використання цих форматів передбачає не лише вміння їх створювати, але й розуміння механізмів залучення аудиторії, алгоритмів поширення контенту та методів монетизації [36]. Зокрема, важливим є розуміння специфіки алгоритмів Facebook, Instagram, YouTube та TikTok, які по-різному ранжують контент. Крім цього, сучасні блогери мають враховувати психологічні особливості взаємодії з аудиторією: потребу в автентичності, емоційному зв'язку та інклюзивному підході до комунікації. Експерименти з A/B-тестуванням контенту, використання сторітелінгу, елементів інтерактивності (опитування, реакції) сприяють зміцненню залучення. У контексті монетизації, окрім реклами, усе більшого значення набувають моделі краудфандингу, платні підписки, освітні продукти та NFT-контент у Web3-середовищі.

Відеоформат у блогосфері останніми роками став найпопулярнішим завдяки здатності швидко передавати інформацію, викликати емоційний відгук у глядачів та інтегруватися у тренди соціальних мереж. Крім того, відео дозволяє персоналізувати комунікацію, створюючи ефект присутності завдяки прямим трансляціям, сторіз та відеоповідомленням, що сприяє формуванню емоційного зв'язку між автором і глядачем. Багато досліджень вказують на те, що візуальний контент запам'ятовується в середньому в 2–3 рази краще за текстовий, що робить відео незамінним інструментом маркетингу та просвітництва. Поява платформ, таких як TikTok, Instagram Reels та YouTube Shorts, значно прискорила розвиток короткого відеоконтенту, який демонструє високі показники залученості [24]. Ці формати характеризуються швидким споживанням інформації, простотою створення та високою вірусністю, що забезпечує масштабне охоплення навіть за умов обмеженого бюджету. За статистикою, контент тривалістю до 60 секунд має найвищий показник перегляду до кінця, що ідеально підходить для першого контакту з новою аудиторією. Водночас, довші відеоформати, такі як подкасти, влогові серії або аналітичні відео, дозволяють глибше розкривати тематику, сприяючи більш тривалому утриманню уваги аудиторії. Такий формат підходить для складніших тем, освітніх проєктів або створення контенту з доданою експертною вартістю, а також дає можливість глядачам зануритися в атмосферу автора.

Текстові матеріали, хоча і поступаються відео у швидкості поширення, залишаються важливим інструментом у блогінгу. Їх перевагою є точність формулювань, можливість багаторазового перечитування та адаптація до офіційних і академічних форматів. Крім того, текст дозволяє точніше структурувати інформацію, що є важливим для аналітичного та наукового контенту. Вони забезпечують розширений аналіз складних тем, сприяють покращенню пошукової оптимізації (SEO) та допомагають будувати довготривалі стосунки з читачами. Крім того, текстові формати мають перевагу в індексації пошуковими системами, що забезпечує їхню тривалу актуальність і стабільний органічний трафік. Блоги, аналітичні статті, новинні огляди та інші

текстові формати дозволяють глибоко занурюватися у тематику, надаючи користувачам можливість детального вивчення певного питання. Це важливо у сфері журналістики, наукової популяризації та професійної експертизи, де глибина аналізу має вирішальне значення.

Комбінування відео- та текстового контенту є ключовою стратегією для блогерів, які прагнуть максимального охоплення аудиторії. Успішні автори використовують відео для залучення уваги, а текст — для її утримання і побудови довіри. Наприклад, коротке відео може привертати увагу до певної теми, тоді як стаття на сайті або довше відео дозволить розкрити її більш детально. Такий підхід також сприяє SEO-оптимізації, оскільки взаємодія між відео і текстом створює додаткову цінність для пошукових систем. Таке поєднання допомагає урізноманітнити формат споживання контенту та відповідати різним вподобанням користувачів. Таким чином, блогери можуть досягти балансу між емоційністю і глибиною, оперативністю і аналітичністю.

Не менш важливим фактором успішної блогерської діяльності є ефективне просування контенту. Сьогодні для цього використовують багатоканальні стратегії — поєднання соціальних мереж, сайтів, розсилок, push-повідомлень тощо. Оскільки алгоритми соціальних платформ постійно змінюються, блогери повинні використовувати різні методи для збільшення охоплення: застосовувати ключові слова та хештеги, оптимізувати мета-описи, взаємодіяти з аудиторією через коментарі, сторіз та прямі ефіри [36]. Використання SEO-оптимізації для текстового контенту дозволяє залучати органічний трафік з пошукових систем, що сприяє зростанню популярності блогу.

Окрім створення та просування контенту, важливою складовою блогінгу є монетизація. Сучасні блогери можуть заробляти через рекламу, спонсорські угоди, партнерські програми, підписки, краудфандинг та продаж власних товарів або послуг. Вибір оптимального способу монетизації залежить від ніші блогу, розміру аудиторії та її активності. Наприклад, блогери, що працюють у сфері освітнього контенту, можуть пропонувати платні курси чи консультації, тоді як ті, хто створює розважальний контент, можуть отримувати дохід від реклами та

спонсорських інтеграцій [24]. У перспективі, розвиток власних брендів, медіа-платформ або інфлюенс-агентств дозволяє блогерам масштабувати свою діяльність.

У сучасному інформаційному просторі блогери та журналісти відіграють важливу роль у формуванні громадської думки та поширенні об'єктивної інформації. В умовах цифрових технологій, коли інформація поширюється миттєво, професійний підхід до створення контенту є ключовим. Відповідальність за достовірність матеріалів зростає, оскільки вони можуть впливати на рішення громадськості, формувати політичні настрої та сприяти соціальним змінам. Блогери та журналісти мають можливість швидко реагувати на події, надаючи суспільству оперативну інформацію, що особливо важливо під час кризових ситуацій, коли достовірність та швидкість подачі інформації можуть впливати на прийняття рішень громадськістю. В Україні, наприклад, вони активно протидіють російській пропаганді, стаючи джерелом альтернативної, правдивої інформації та формуючи позитивний образ країни на міжнародній арені. Соціальні мережі стали головним майданчиком для поширення як достовірної інформації, так і дезінформації, дозволяючи миттєво доносити новини до широкої аудиторії, але також створюючи умови для швидкого розповсюдження фейків та маніпуляцій [40]. Тому важливо, щоб блогери та журналісти використовували соціальні мережі відповідально, перевіряючи факти та дотримуючись етичних стандартів. Підвищення рівня медіаграмотності серед населення є ключовим елементом у боротьбі з дезінформацією, оскільки освічені споживачі інформації здатні критично оцінювати контент, розрізняти фейки та робити обґрунтовані висновки, що зменшує вплив дезінформації та сприяє формуванню об'єктивної громадської думки.

У сучасному медіасередовищі дотримання журналістських стандартів та ретельна перевірка фактів є основою професійної діяльності журналістів та блогерів. Це не лише забезпечує достовірність інформації, але й зміцнює довіру аудиторії до медіа. Професійні журналісти керуються низкою стандартів, які

гарантують якість та об'єктивність матеріалів. Серед них: точність, достовірність, баланс думок, відокремлення фактів від коментарів, оперативність та повнота. Ці стандарти є фундаментом професійної журналістики та сприяють формуванню об'єктивної громадської думки. Перевірка фактів (фактчекінг) є невід'ємною частиною журналістської діяльності. Вона передбачає аналіз достовірності інформації перед її публікацією. Журналісти повинні перевіряти факти, використовуючи надійні джерела, офіційні дані та експертні коментарі. Це допомагає уникнути поширення фейкових новин та маніпуляцій. Для ефективної перевірки інформації журналісти та блогери можуть використовувати такі інструменти: Google Fact Check Explorer, Snopes.com, Factcheck.org, TinEye, Invid, StopFake та VoxCheck. Використання цих інструментів сприяє підвищенню якості журналістських матеріалів та зменшує ризик поширення дезінформації. Дотримання журналістських стандартів та ретельна перевірка фактів є основою професійної журналістики. Використання сучасних інструментів фактчекінгу допомагає журналістам та блогерам надавати аудиторії достовірну та об'єктивну інформацію, що сприяє формуванню інформованого та критично мислячого суспільства.

Зважаючи на маніпулятивну природу багатьох новин, важливо розпізнавати фейки за такими ознаками, як емоційно забарвлений заголовок, відсутність надійних джерел або використання маніпулятивної лексики. Для перевірки достовірності зображень варто застосовувати інструменти, такі як Google Reverse Image Search, TinEye та InVID, що допомагають аналізувати походження медіафайлів. Фактчекінг в Україні є процесом перевірки фактів та тверджень на точність і правдивість, спрямованим на виявлення та спростування фейків, маніпуляцій і дезінформації. Він набув особливого значення з розвитком нових інформаційних технологій та в умовах гібридних конфліктів, де інформаційна війна стає однією з ключових арен боротьби. Перша фактчекінгова організація в Україні — аналітичний портал «Слово і діло», який з 2008 року зосереджений на моніторингу та фіксації обіцянок політиків і відстеженні стану їхнього виконання. У 2014 році з'явився сайт StopFake, завданням якого є

боротьба з фейками російської пропаганди. Того ж року було закладено основи для створення незалежної аналітичної платформи VoxCheck, що зосереджена на викритті брехні та маніпуляцій українських політиків. Інші відомі українські фактчекінгові організації включають «По той бік новин», «БезБрехні», «Детектор медіа», Інститут масової інформації та «Інтерньюз-Україна». Ці організації використовують методи критичного аналізу для ідентифікації та коригування інформаційних спотворень, забезпечуючи суспільству доступ до правдивої інформації. Використання фактчекінгу сприяє зміцненню демократичних інституцій, підтримці правової держави та забезпеченню прав людини. Особливо важливим є застосування фактчекінгу в медіа та соціальних мережах, де обсяг дезінформації може швидко поширюватися, впливаючи на широкі маси населення.

Дезінформація та інформаційні атаки становлять серйозну загрозу для блогерів і журналістів, підриваючи довіру до медіа та дестабілізуючи суспільство. Зловмисники використовують інформаційні операції, включаючи маніпуляції та поширення неправдивої інформації, щоб створити плутанину та розбіжності в суспільстві. Щомісяця фахівці кібердепартаменту Служби безпеки України фіксують понад тисячу інформаційних атак на українське суспільство. Для захисту від таких загроз важливо дотримуватися інформаційної гігієни: перевіряти достовірність джерел, аналізувати контекст публікацій, уникати сенсаційності та використовувати аналітичні інструменти для перевірки фактів. В Україні діють організації, які допомагають у боротьбі з дезінформацією. Наприклад, Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки, створений при Міністерстві культури та інформаційної політики України, займається аналізом інформаційного середовища та підвищенням обізнаності суспільства про інформаційні загрози. Проєкт StopFake, заснований у 2014 році, спеціалізується на перевірці фактів та спростуванні фейкових новин, сприяючи підвищенню медіаграмотності. Для підвищення рівня медіаграмотності та навичок протидії дезінформації рекомендується проходити спеціалізовані освітні курси. Наприклад, на платформі Дія.Освіта доступний курс "Як

захиститися від фейків і дезінформації", який надає практичні навички з перевірки інформації та захисту особистих даних. Крім того, Національна спілка журналістів України проводить дослідження та надає рекомендації щодо протидії пропаганді та дезінформації, аналізуючи їхній вплив на український інформаційний простір. Дотримання цих рекомендацій та використання доступних ресурсів сприятиме підвищенню стійкості до інформаційних загроз та зміцненню довіри до медіа.

Ефективна журналістика вимагає чіткої та логічної структури матеріалу, що забезпечує швидке розуміння головних ідей. Один із ключових методів організації тексту — принцип перевернутої піраміди, який передбачає розміщення найважливішої інформації на початку статті, поступово переходячи до менш значущих деталей. Цей підхід дозволяє читачам швидко отримати основні відомості, навіть якщо вони не прочитають матеріал повністю. Крім того, використання візуальних елементів, таких як інфографіка, діаграми та схеми, значно покращує сприйняття складної інформації. Інфографіка поєднує текстові дані з візуальними компонентами, що допомагає передати зміст у стислій та зрозумілій формі, роблячи матеріал більш привабливим для аудиторії. Вибір правильних кольорів та шрифтів у візуальних матеріалах також відіграє важливу роль, оскільки вони допомагають розрізняти категорії даних та покращують загальне сприйняття. Таким чином, поєднання продуманої структури тексту та якісного візуального супроводу сприяє ефективнішій передачі інформації та підвищує залученість аудиторії.

Емоційна складова є ключовим елементом у залученні читачів до журналістських матеріалів. Використання сторітелінгу та персональних історій дозволяє глибше зрозуміти проблему та викликати емоційну реакцію аудиторії. Сторітелінг, як мистецтво розповіді, допомагає передати інформацію у форматі, що запам'ятовується, створюючи емоційний зв'язок з читачем. При цьому важливо уникати надмірної суб'єктивності та маніпулятивної подачі матеріалу. Необхідно дотримуватися професійних журналістських стандартів, які включають точність, об'єктивність та відокремлення фактів від особистих думок.

Уникнення узагальнень та стереотипів є важливим аспектом у створенні якісного контенту.

Дотримання етичних принципів є фундаментом журналістики та блогерства. Журналісти несуть відповідальність перед суспільством, дотримуючись норм, які включають повагу до приватного життя, уникнення мови ворожнечі та відповідальне використання конфіденційної інформації. Кодекс етики українського журналіста, затверджений Комісією з журналістської етики, підкреслює важливість правдивості, об'єктивності та неупередженості у висвітленні подій. Один із головних обов'язків журналіста — чесність, що передбачає відсутність права на брехню. У цифровому середовищі поширення неперевіреної або сенсаційної інформації заради переглядів є серйозною проблемою. Однак справжній впливовий блогер або журналіст будує свою репутацію на чесності та відповідальності перед аудиторією. Кодекс етики блогера наголошує на достовірності, точності, незалежності, оперативності, моральності та культурі мовлення як основних принципах блогерської діяльності.

У разі допущення помилок журналіст або блогер зобов'язаний публічно визнати та виправити їх. Це підкреслює важливість відповідальності перед аудиторією та сприяє зміцненню довіри. Кодекс етики українського журналіста зазначає, що журналіст зобов'язаний зробити все можливе для виправлення будь-якої поширеної інформації, якщо виявилось, що вона не відповідає дійсності.

У сучасній цифровій журналістиці захист персональних даних та кібербезпека є критично важливими аспектами. Журналісти та блогери, які працюють із конфіденційною інформацією або висвітлюють суспільно чутливі теми, повинні дотримуватися основних правил цифрової безпеки. Використання надійних паролів, що складаються з комбінацій великих та малих літер, цифр і спеціальних символів, є першим кроком до забезпечення безпеки особистих даних. Двофакторна аутентифікація додає додатковий рівень захисту, вимагаючи підтвердження входу через другий пристрій або додаток. Шифрування даних забезпечує конфіденційність інформації, роблячи її

недоступною для несанкціонованого доступу. Для безпечного обміну повідомленнями рекомендується використовувати зашифровані месенджери, такі як Signal, які забезпечують захист від перехоплення. Використання VPN допомагає приховати реальне місцезнаходження та захистити дані під час роботи в інтернеті, особливо в публічних мережах Wi-Fi. Уникання відкриття підозрілих файлів і посилань є важливим для запобігання фішингових атак, які можуть призвести до втрати конфіденційної інформації. Освітні платформи, такі як Prometheus, пропонують безкоштовні курси з цифрової безпеки для журналістів та інших працівників медіа, що допомагають підвищити обізнаність та навички у цій сфері. Дотримання цих рекомендацій сприяє захисту особистих даних та забезпечує безпеку в цифровому середовищі.

У ході дослідження було детально проаналізовано сучасний стан, тенденції та перспективи розвитку блогосфери в Україні. Встановлено, що блогосфера відіграє все більш значущу роль у суспільному, політичному, економічному та культурному житті країни, стаючи одним із основних інструментів комунікації, громадянської активності та формування суспільної думки. Значну роль у трансформації блогосфери відіграють технологічний розвиток, зміна споживчих звичок аудиторії та посилення попиту на незалежний інформаційний контент. Поширення мобільного інтернету, розвиток соціальних мереж та збільшення цифрової грамотності населення сприяють зростанню кількості блогерів та контент-мейкерів, що впливають на широкий спектр тем — від політики й економіки до культури, розваг та освіти. Однією з ключових тенденцій є зростання популярності україномовного контенту. Це обумовлено як державною мовною політикою та регулюванням медіапростору, так і свідомим вибором значної частини аудиторії. Україномовні блогери отримують більше підтримки з боку суспільства та бізнесу, що сприяє розширенню ринку україномовного контенту, зокрема в таких сегментах, як відеоблогінг, подкастинг та цифрова журналістика. Також дослідження виявило суттєве зростання ролі блогерів у суспільно-політичному житті країни. Багато незалежних блогерів та контент-мейкерів стали альтернативним джерелом інформації, особливо в контексті

недовіри до традиційних медіа. Зокрема, блогери активно висвітлюють політичні події, антикорупційні розслідування, військові дії та соціальні проблеми, що значною мірою впливає на громадську думку. Зміна споживчих звичок аудиторії також вплинула на розвиток нових форматів контенту. Короткі відео (TikTok, Instagram Reels, YouTube Shorts), подкасти, інтерактивні формати (прямі ефіри, голосові чати) набувають дедалі більшої популярності. Водночас аудиторія зберігає попит на аналітичний контент, що створює можливості для розвитку незалежної журналістики та якісної блогосфери. Монетизація блогінгу залишається однією з ключових тем для блогерів, оскільки розвиток незалежного контенту потребує фінансової підтримки. Популярними джерелами доходу є краудфандинг, підписки, реклама та партнерські програми. Однак, блогери стикаються з викликами, пов'язаними з алгоритмами соціальних мереж, які обмежують органічне охоплення контенту, що змушує їх шукати альтернативні платформи для взаємодії з аудиторією. Разом з тим, блогосфера в Україні стикається з низкою загроз. Зокрема, інформаційні атаки та кампанії з дезінформації спрямовані на зниження довіри до незалежних блогерів, що потребує посилення механізмів захисту цифрового середовища. Крім того, конкуренція в блогосфері постійно зростає, що ускладнює новачкам пошук власної аудиторії. Державне регулювання блогінгу також може мати як позитивні, так і негативні наслідки, особливо якщо воно набуде форми надмірного контролю за контентом.

Сприяння розвитку україномовного контенту. Необхідно розширювати підтримку україномовних блогерів, зокрема через гранти, спеціальні конкурси та партнерські програми. Державним і громадським організаціям варто розробляти ініціативи, спрямовані на популяризацію українського цифрового контенту. Блогерам слід активно розвивати нові україномовні канали на YouTube, TikTok, Instagram, створювати подкасти та аналітичні матеріали. Підвищення рівня цифрової безпеки та боротьба з інформаційними атаками. Блогери повинні використовувати засоби захисту персональних даних, такі як двофакторна аутентифікація, VPN-сервіси та зашифровані месенджери. Важливо створювати

навчальні програми з цифрової безпеки для блогерів та журналістів, щоб вони могли ефективно протидіяти кібератакам. Держава та громадські ініціативи мають сприяти боротьбі з дезінформацією та створювати платформи для перевірки фактів.

Блогерам слід активніше використовувати відеоформати, зокрема короткі відео та інтерактивний контент. Важливо розширювати аудіоконтент, розвивати україномовний подкастинг і створювати аналітичні матеріали у форматі відео. Соціальні мережі змінюють алгоритми показу контенту, тому необхідно розробляти стратегії адаптації до нових умов просування контенту. Варто розробити правові механізми для захисту свободи слова у блогосфері, щоб запобігти надмірному контролю за контентом. Блогери повинні бути ознайомлені з можливими змінами у законодавстві щодо цифрового контенту, зокрема у сфері реклами та авторських прав. Держава має створити ефективні механізми регулювання контенту без порушення свободи вираження поглядів. Необхідно стимулювати створення українських платформ для монетизації контенту, щоб зменшити залежність блогерів від міжнародних сервісів. Бізнесу варто активніше співпрацювати з незалежними блогерами, розвиваючи рекламні проєкти та нативний контент. Державні програми можуть включати фінансування незалежних медіа, які базуються на принципах блогінгу та цифрової журналістики.

Результати дослідження свідчать, що українська блогосфера має значний потенціал розвитку, однак її подальший успіх залежатиме від рівня підтримки україномовного контенту, здатності блогерів адаптуватися до нових форматів та технологій, а також ефективності механізмів боротьби з дезінформацією та інформаційними атаками. Важливим завданням є забезпечення сталого розвитку блогосфери через створення сприятливого законодавчого середовища, підтримку незалежних контент-мейкерів та популяризацію українського цифрового продукту. Результати дослідження свідчать, що українська блогосфера має значний потенціал розвитку, однак її подальший успіх залежатиме від рівня підтримки україномовного контенту, здатності блогерів

адаптуватися до нових форматів та технологій, а також ефективності механізмів боротьби з дезінформацією та інформаційними атаками. Важливим завданням є забезпечення сталого розвитку блогосфери через створення сприятливого законодавчого середовища, підтримку незалежних контент-мейкерів та популяризацію українського цифрового продукту.

Особливу увагу слід приділити розвитку інфраструктури, яка сприятиме зростанню українського сегмента інтернету, включаючи освітні ініціативи для блогерів, доступ до грантової підтримки та створення професійних асоціацій. Крім того, варто стимулювати взаємодію між державними інституціями, громадським сектором та представниками блогосфери для формування єдиних стратегій цифрової комунікації. Підтримка національної ідентичності через мову, культуру та історію має стати пріоритетом у блогерському середовищі, оскільки саме контент, заснований на власних цінностях, здатен конкурувати на глобальному рівні.

Блогери, в свою чергу, мають відповідально ставитися до якості контенту, підвищувати рівень своєї професійної підготовки та використовувати новітні технології для збереження конкурентоспроможності у динамічному інформаційному середовищі. Застосування інструментів штучного інтелекту, інтерактивних форматів, мультимедійних рішень та аналітики даних дозволить блогерам розширити аудиторію та зміцнити довіру. Таким чином, розвиток української блогосфери потребує як системної підтримки, так і усвідомленої участі самих контент-мейкерів у формуванні відповідального та інноваційного медіапростору.

ВИСНОВКИ

У процесі дослідження було здійснено комплексний аналіз блогосфери як явища цифрової комунікації, з урахуванням її структурних особливостей, еволюції форматів та впливу на сучасну журналістику. У кваліфікаційній роботі підтверджено, що блогосфера є ключовим елементом цифрового інформаційного середовища, здатним змінювати інформаційні звички, підходи до медіапрактики та структуру сучасного медіаполя.

У межах поставленої мети були послідовно реалізовані всі завдання:

1) Історія розвитку блогосфери проаналізована у першому розділі. Виокремлено ключові етапи — від текстових щоденників до мультиформатного відеоконтенту. Виявлено чинники, що сприяли переходу до відеоформатів, зокрема поширення YouTube, TikTok і технологій стрімінгу.

2) Характеристики текстових блогів було досліджено з погляду структури, формату, функцій і впливу на аудиторію. Показано їхню актуальність у сфері аналітики, нішевих тем і глибоких експертних обговорень.

3) Вплив відеоблогінгу на журналістику й соціальні комунікації оцінено через приклади використання відеоконтенту під час соціальних протестів, воєн, та інформаційних кампаній. Відеоблоги охарактеризовані як емоційно потужний та оперативний канал поширення інформації.

4) Порівняльний аналіз текстових і відеоблогів проведено за критеріями ефективності, популярності, залученості аудиторії. Наведено таблицю відмінностей, що демонструє переваги й обмеження кожного формату.

5) Перспективи розвитку блогосфери розглянуто у третьому розділі. Визначено ключові виклики (правовий вакуум, конкуренція, фейки) та перспективи (професіоналізація блогерів, нові інструменти, міжнародна інтеграція).

Таким чином, блогосфера постає не просто як продукт цифрової епохи, а як глибоко інтегрований у суспільну комунікацію феномен, що трансформував традиційні уявлення про джерела інформації, журналістику та громадянську участь. Вона є відкритим, децентралізованим та інклюзивним середовищем, що забезпечує кожному користувачеві можливість стати не лише споживачем, а й творцем контенту, формуючи навколо себе спільноту однодумців. Проаналізовано, що блогосфера має глибоку історію розвитку — від перших текстових щоденників до сучасних відеоблогів на багатомільйонну аудиторію. Особливе місце у цій еволюції займає українська блогосфера, яка пройшла шлях від маргінального явища до потужного комунікаційного інструменту, здатного впливати на суспільну думку, медіапростір і навіть політичні процеси. Важливим аналітичним аспектом є розмежування між текстовими та відеоблогами, які мають свої переваги та специфіку функціонування. Текстовий блогінг орієнтований на аналітику та пошукову оптимізацію, тоді як відеоформат базується на візуальній динаміці, емоційній комунікації та інтерактивності. Обидва формати активно використовуються у сучасному медіа-середовищі, формуючи нові моделі взаємодії з аудиторією.

Блогосфера також відіграє ключову роль у сучасній журналістиці. Вона стала не лише джерелом альтернативної інформації, а й форматом громадянської журналістики, де автори можуть незалежно інформувати, досліджувати та формувати суспільний порядок денний. У багатьох випадках саме блогери першими висвітлюють події, які згодом стають предметом уваги традиційних ЗМІ. Не менш значущою є культурна функція блогінгу. В умовах інформаційної війни блогосфера сприяє зміцненню національної ідентичності, популяризації української мови, традицій, символів і цінностей. Через мультимедійний контент блогери створюють естетичний і культурний простір, який єднає користувачів навколо ідей спільної історії та майбутнього. Отже, блогосфера є потужною, багатофункціональною та впливовою складовою сучасного медіапростору. Її дослідження має не лише академічне, а й практичне значення, дозволяючи

глибше зрозуміти трансформації в комунікації, журналістиці та суспільстві загалом.

У другому розділі кваліфікаційної роботи проаналізовано актуальні тенденції розвитку блогосфери, що відображають глибокі трансформації у сфері масової комунікації. У фокусі опинилися ключові формати блогінгу — відеоблоги та текстові блоги — їхня еволюція, вплив, популярність і перспективи. Дослідження виявило, що блогінг сьогодні виходить далеко за межі особистих щоденників і стає потужним соціокомунікаційним інструментом, який формує інформаційний порядок денний, впливає на громадську думку та навіть сприяє політичним зрушенням. Значну увагу приділено відеоблогінгу як провідному формату цифрової епохи. На прикладі платформ YouTube і TikTok показано, як візуальний контент забезпечує залучення аудиторії, розширення впливу блогерів, формування інформаційних екосистем. Відеоблогери стали медіаакторами нового типу, здатними швидко реагувати на події, мобілізувати спільноти, просувати культурні ідеї та транслювати цінності. Водночас текстові блоги, попри конкуренцію з боку візуального контенту, продовжують утримувати стабільну нішу, слугуючи платформами для глибокого аналітичного осмислення, публіцистики й просвіти. Їхня здатність структурувати складну інформацію, сприяти розвитку критичного мислення та медіаграмотності залишається незамінною в сучасному інформаційному середовищі. Аналіз показав, що попри технологічні виклики, текстовий блогінг не втрачає своєї актуальності, а навпаки — адаптується, інтегруючи мультимедійні елементи, SEO-стратегії та новітні інструменти. Розглянуто й український сегмент блогосфери — його специфіку, динаміку, особливості аудиторії. Статистичні дані свідчать про зростання довіри до блогерів, зростання ролі блогінгу в періоди криз та активне залучення молоді. Важливу роль відіграє культурно-патріотична спрямованість контенту, що підсилює національну ідентичність та підтримує моральну стійкість у складні часи. Виявлені виклики — конкуренція з коротким відеоформатом, інформаційне перевантаження, труднощі монетизації — не нівелюють значення блогінгу, а навпаки, стимулюють його еволюцію та

професіоналізацію. Важливим чинником подальшого розвитку є впровадження етичних стандартів, цифрової освіти та стратегій сталого зростання у блогосфері. Таким чином, блогінг в Україні постає як багатовимірне явище, що об'єднує інформаційні, культурні, освітні та соціальні функції. Сучасна блогосфера — це не лише простір для самовираження, а й арена для формування активного громадянства, взаємодії, новаторства та цифрової трансформації суспільства.

У третьому розділі кваліфікаційної роботи було представлено систематизований комплекс практичних рекомендацій для українських блогерів та журналістів, орієнтованих на успішну діяльність у сучасному цифровому середовищі. Розгляд поєднання відео- та текстових форматів засвідчив, що ефективна комунікація з аудиторією вимагає гнучкого використання медіаінструментів, адаптованих до технологічних змін та уподобань користувачів. Було висвітлено як переваги відео — емоційність, візуальна сила, ефективність у маркетингу — так і їхні обмеження, зокрема технічні та фінансові вимоги. У свою чергу, текстові формати залишаються незамінними для глибокого аналізу, аналітики та SEO-оптимізації, зберігаючи важливу роль у формуванні довіри аудиторії. Оптимальною стратегією є кросформатність — поєднання відео, текстів, подкастів та інтерактивного контенту. Особливу увагу приділено етичним стандартам і фактчекінгу — критично важливим інструментам у боротьбі з дезінформацією. Блогери і журналісти мають нести відповідальність за точність поданої інформації, використовувати надійні джерела, уникати маніпуляцій і сприяти формуванню критичного мислення в аудиторії. Висвітлено практичні інструменти для перевірки фактів та захисту цифрової безпеки. Узагальнюючи дослідження, визначено перспективні напрями розвитку блогосфери в Україні: підтримка україномовного контенту, адаптація до нових форматів, посилення цифрової безпеки, розвиток інфраструктури для монетизації контенту та створення сприятливого законодавчого середовища. Встановлено, що українські блогери можуть відігравати ключову роль у формуванні сталого, відкритого та демократичного інформаційного простору. Практичні поради, викладені в цьому розділі, мають на меті не лише підвищення

ефективності індивідуальної блогерської діяльності, але й укріплення цифрової стійкості українського суспільства загалом. Успіх у сфері блогінгу можливий лише за умови відповідального підходу, професіоналізму, інноваційності та дотримання етичних принципів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аціненко О. Мультимедійний контент в медіапросторі як форма комунікації // Запорізький національний університет. — 2024. — Режим доступу: <https://dspace.znu.edu.ua/jspui/bitstream/12345/24120/1/Acinenko%202024.pdf>
2. Всеосвіта. Презентація «Блог. Відеоблог» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://vseosvita.ua/library/prezentatsiia-bloh-videobloh-877196.html>
3. Волкова М.С. Формування медіареальності у блогах. URL: <https://dspace.znu.edu.ua/jspui/bitstream/12345/19647/1/Volkova%202024.pdf>
4. Грабовський С. В. Національна ідентичність у сучасному інформаційному просторі : навч. посіб. / С. В. Грабовський. — Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2022. — 144 с.
5. ГО «Детектор медіа». Проєкт з відеоблогінгу. — Режим доступу: <https://go.detector.media>
6. Гаврилюк І. П. Блог як сучасна форма масової комунікації / І. П. Гаврилюк // Соціальні комунікації: наука і практика : зб. наук. пр. — К. : НДІ соціальної комунікації, 2021. — Вип. 6. — С. 77–83.
7. Зінов'єва І. А. Комунікативні технології в нових медіа : навч. посіб. / І. А. Зінов'єва. — К. : Центр учбової літератури, 2019. — 192 с.
8. Інститут масової інформації. Основні відмінності між текстовими та відеоблогами [Електронний ресурс] // Інститут масової інформації. — 2023. — Режим доступу: <https://imi.org.ua/monitorings/imi-zafiksuvav-chotyry-osnovni-tendentsiyi-shho-stosuyutsya-diyalnosti-blogeriv-v-ukrayini-barometr-i53845>
9. Інститут масової інформації. Як українці споживають новини у 2023 році : звіт. — Режим доступу: <https://imi.org.ua>
10. Київський міжнародний інститут соціології (КМІС). Звіт про медіаспоживання в Україні. — К. : КМІС, 2023. — 56 с.
11. Клятий раціоналіст. YouTube-канал. — Режим доступу: <https://www.youtube.com/c/klatyyrationalist>

12. Ковальчук Н. Динаміка розвитку блогосфери в Україні та світі / Н. Ковальчук // Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. Серія : Журналістика — 2020. — № 44. — С. 42–44.
13. Лавренюк С. Психологічні аспекти сприйняття медіаконтенту в умовах цифрового перевантаження // Вісник КНУКіМ. — 2023. — № 2 (58). — С. 97–103.
14. Лабораторія цифрової безпеки. Вплив TikTok на підлітків. — Режим доступу: <https://www.digitalsecuritylab.org>
15. Медійна практика використання технологій штучного інтелекту в Україні // Інформаційна комунікація. — Київський університет імені Бориса Грінченка. — 2023. — Режим доступу: <https://intcom.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/view/320>
16. Машіка Г.В., Грабар М.В. Тревел-блогінг як інноваційний інструмент розвитку туристичного бізнесу // Економіка та суспільство. — 2024. — Випуск № 60. — С. 666–672. — Режим доступу: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/3635/3565/>
17. Михайлова Н. І. Українська блогосфера в сучасному комунікативному просторі : монографія / Н. І. Михайлова. — К. : ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2018. — 236 с. — Режим доступу: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/mychailova_blogosfera.pdf
18. Масюра В. М., Трофименко В. І. Новітні масмедійні технології в інформаційному суспільстві : навч. посіб. — К. : Центр учбової літератури, 2020. — 256 с.
19. Міністерство цифрової трансформації України. Digital Ukraine 2024: Звіт про стан цифровізації в Україні. — Київ : Мінцифра, 2024. — 72 с. — Режим доступу: <https://thedigital.gov.ua/reports>
20. Михайлова Н. В. Блогосфера як феномен інтернет-культури: монографія / Н. В. Михайлова. — Київ: ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2018. — 216 с. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/mychailova_blogosfera.pdf (дата звернення: 03.03.2025).

21. Мина Ж.В. Facebook-блоги як платформа для популяризації історії України та її визначних постатей // Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Історичні науки. — 2024. — Том 35 (74), № 3. — С. 210–218. — Режим доступу: https://hist.vernadskyjournals.in.ua/journals/2024/3_2024/32.pdf
22. НАН України. Інформаційне суспільство: виклики трансформації. — К. : Інститут соціології НАН України, 2023. — 144 с.
23. Олексенко Н. В. Інтернет-блоги як форма масової комунікації: соціокультурний аспект / Н. В. Олексенко // Науковий вісник Міжнародного економіко-гуманітарного університету ім. акад. С. Дем'янчука. Серія : Філологія — 2021. — № 3. — С. 53–58. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_2021_3_8
24. Павленко С. В. Нові формати контенту в українському цифровому просторі: тенденції та адаптація / С. В. Павленко // Матеріали студентської наук. конф. — Запоріжжя : ЗНУ, 2023. — С. 88–91.
25. Павленко С. В. Нові тенденції цифрової економіки в Україні: роль блогерів у створенні освітнього контенту // Збірник тез студентської наукової конференції ЗНУ. — 2024. — С. 92–96.
26. Половинчак Ю.М. Особливості функціонування української блогосфери. URL: <https://seanewdim.com/wp-content/uploads/2021/02/Polovynchak-Y.-Features-of-functioning-of-Ukrainian-blogosphere.pdf>
27. Рудик О. Блогові платформи як майданчики для медійної діяльності під час війни // Вісник Львівського університету. Серія журналістика. — 2024. — Випуск 1. — С. 210–218. — Режим доступу: <https://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/12164>
28. Сірик І. М. Адаптація українського блогінгу до візуальних форматів: проблеми та виклики // Збірник наукових праць студентів і викладачів факультету журналістики. — Острозька академія, 2023. — С. 42–48.

29. Стеценко А. М. Маркетинг впливу в соціальних мережах: аналітика взаємодії з мікроінфлюенсерами : наук. стаття // Вісник ЛНУ імені Івана Франка. Серія: Економічні науки. — 2023. — № 4(72). — С. 108–115.
30. Статистика контенту, яку потрібно знати маркетологам у 2023 році [Електронний ресурс] // WebPromoExperts. – Режим доступу: <https://web-promo.ua/ua/blog/marketing/statistika-kontenta-kotoruyu-nuzhno-znat-marketologam-v-2023-godu/>
31. Тимошенко В. А. Блогосфера в умовах цифрової трансформації ЗМІ : навч. посіб. — Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. — 148 с.
32. Тимошенко В. А. Культурна ідентичність в українському медіапросторі: роль блогерів та соцмереж / В. А. Тимошенко. — Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2022. — 108 с.
33. Учасники проєктів Вікімедіа. Блогосфера – Вікіпедія. Вікіпедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Блогосфера> (дата звернення: 03.04.2025).
34. Український центр суспільних даних. Блогосфера в Україні: вплив на культуру, ідентичність та суспільну активність. — Київ, 2022. — 52 с.
35. Федунь М. І. Блоги як інструмент громадянської комунікації : навч. посіб. / М. І. Федунь. — Львів : Видавництво ЛНУ ім. Івана Франка, 2020. — 120 с.
36. Хорська К. О. Вплив форматів контенту на залученість аудиторії в сучасних медіа // Наук. вісн. Університету ДФС України. — 2023. — № 2. — С. 117–124.
37. Хоменко І. В. Сучасна журналістика: виклики цифрової епохи : навч. посіб. — Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2020. — 192 с.
38. Шишкіна Т. І. Нові медіа як інструмент громадянської активності : аналіт. огляд. — К. : Укр. ін-т соц. дослідж., 2021. — 52 с.
39. Швець Н. С. Блогосфера як феномен сучасного комунікативного простору / Н. С. Швець // Українська журналістика: умови становлення та перспективи розвитку : матеріали наук. конф. — Київ : КНУКіМ, 2017. — С. 134–139.

40. Як боротися проти дезінформації в соцмережах: роль медіа та держави [Електронний ресурс] // MediaSapiens. – 2021. – 17 листопада. – Режим доступу: <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/28516/2021-11-17-yak-borotysya-proty-dezinformatsii-v-sotsmerezhakh-rol-media-ta-derzhavy/>

41. AIN.UA. Як розвивається український YouTube: актуальна статистика і топ-15 вітчизняних відеоблогерів [Електронний ресурс] // AIN.UA. — 2015. — 12 листопада. — Режим доступу: <https://ain.ua/2015/11/12/yak-rozvyvayetsya-ukrayinskyj-youtube-aktualna-statystyka-i-top-15-vitchyznyanyh-videoblogeriv/>

42. Clipchamp. Найкращий посібник із монтажу відеоблогів для початківців [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://clipchamp.com/uk/blog/ultimate-guide-vlog-editing/>

43. Kantar Ukraine. У своїй мушлі: поведінка українців онлайн [Електронний ресурс] // Kantar Ukraine. – 2024. – Режим доступу: <https://www.kantar.com/ua/Inspiration/Advertising-Media/In-ones-shell>

44. StopFake — фактчекінговий проєкт [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.stopfake.org/uk/golovna/>

45. The Intercept [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://theintercept.com/>

46. Canon Ukraine. Як почати вести Блог і стати Блогером [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.canon.ua/get-inspired/tips-and-techniques/how-to-start-vlogging/>

47. YouTube. Довідковий центр [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://support.google.com/youtube/>

48. TikTok for Business. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.tiktok.com/business/>

49. Момот Н.М., Цирин К.Л. Комерційна реклама на телебаченні: особливості PR-контенту / К. Л. Цирин, Н. М. Момот // Міждисциплінарні дослідження науки XXI століття: матеріали Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції молодих учених та студентів (м. Київ, 1 грудня 2021 р.). -

Київ: Університет "КРОК", 2021. - С. 193-194. -
<https://www.krok.edu.ua/download/kafedra-mizhnarodnikh-vidnosin-ta-zhurnalistiki/internet-konferentsiya-2021-12-01.pdf>