

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет міжнародних відносин
Кафедра журналістики

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри
Васильченко В'ячеслав Миколайович

«__» _____ 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
ЗДОБУВАЧКИ ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»
СТВОРЕННЯ ІНСТАГРАМ-БЛОГУ «ЛІТЕРАТУРНА ЧЕРНІГІВЩИНА»

Виконавець: Богорад Анастасія Володимирівна _____

Керівник: канд. наук із соціальних комунікацій _____

Кошак Олександр Михайлович _____

Нормоконтролер: канд. пед. наук _____

Остапчук Світлана Сергіївна _____

Київ – 2024

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ.....	3
ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК СФЕРА СУСПІЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ.....	7
1.1 Еволюція соціальних мереж в історичному контексті	7
1.2 Значення блогу як засобу суспільної комунікації.....	12
1.3 Аналіз регіональних інстаграм-блогів.....	18
Висновки до розділу 1.....	25
РОЗДІЛ 2. СТВОРЕННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО ІНСТАГРАМ-БЛОГУ «ЛІТЕРАТУРНА ЧЕРНІГІВЩИНА».....	27
2.1. Концепція інстаграм-блогу «Літературна Чернігівщина», вибір та розробка контенту.....	27
2.2. Порівняльний аналіз блогу «lom.chernihiv» та інстаграм-блогу «Літературна Чернігівщина».....	33
2.3. Аналіз цільової аудиторії та контент-план просування власного проєкту.....	35
Висновки до розділу 2.....	39
ВИСНОВКИ.....	41
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	44
ДОДАТКИ.....	47

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

ЗМІ – засоби масової інформації;

ЗМК – засоби масової комунікації;

НАУ – Національний авіаційний університет;

РС — Радянський Союз;

США – Сполучені Штати Америки;

ARPANET - Advanced Research Projects Agency Network.

ВСТУП

Актуальність теми дослідження полягає в тому, що в епоху медіального культурного повороту (свідчення зміни реальності, що буття і медіальність ототожнюються і замінюються, розчиняючись один в одному) популярність соціальних мереж, зокрема інстаграму, зростає і вони стають неодмінною складовою нашого повсякденного життя й популярним середовищем для блогерів. Сучасний блогінг відіграє ключову роль серед так званих нових медіа, а інстаграм-блоги в реальності стали професійними комерційними платформами, які дають користувачам можливість мобільно розповсюджувати інформацію та підтримувати свої проєкти на бізнес-сторінках.

Дослідження такого феномену, як блогінг висвітлено у роботах науковців С. Гнатиш, О. Кузнецової, М. Мельник, І. Тонкіх, Г. Хацер, [6, 9, 13, 15, 16]. Аспекти використання соціальних мереж висвітлено в роботах Д. Бойда, А. Драчової та А. Щербиної [2, 8, 18].

Поняття блогу як мовленнєвого жанру досліджувалось у роботі Л. Біловус, Н. Яблонської та О. Гомотюк [1]. Також варто відмітити О. Михайлову [13], котра досліджувала блогосферу як інструмент соціокультурних трансформацій, а дослідженням особливостей просування інстаграм-блогів займалась Н. Лебідь [11]. Специфіка сучасної журналістики висвітлена у роботах М. Василенка, В. Карпенка, Й. Лось, Ю. Шаповал [4, 9, 12, 19].

Метою дослідження є визначення переваг блогінгу в ЗМК, дослідження регіональних інстаграм-блогів з фокусом на культурні аспекти та створення власного проєкту «Літературна Чернігівщина».

Обрана мета передбачає розв'язання наступних завдань:

1. Розглянути історію становлення соціальних мереж.
2. Проаналізувати сучасні тенденції у світі блогінгу та їх вплив на культурне життя суспільства.

3. Вивчити регіональні інстаграм-блоги, які акцентують увагу на культурних подіях та творчості.
4. Створити регіональний інстаграм-блог «Літературна Чернігівщина».

Об'єктом дослідження є розвиток та сучасний стан блогів в соціальних мережах.

Предметом дослідження є процес створення та функціонування регіонального інстаграм-блогу «Літературна Чернігівщина».

Методи дослідження. Методологічну основу дослідження становить комплекс застосування теоретичних та емпіричних методів, зокрема:

— метод узагальнення використаний для основного формулювання теорій;

— метод спостереження застосований для визначення портрету цільової аудиторії;

— метод порівняльного аналізу допоміг у визначенні популярних регіональних блогів;

— індуктивний метод сприяв підготовці загальних висновків на основі проведеного дослідження;

Наукова новизна отриманих результатів. Досліджено цілі регіональних блогів на інтернет-платформі «Інстаграм» та створено регіональний блог «Літературна Чернігівщина».

Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що отримані дані можуть стати корисними для здобувачів вищої освіти, їхніх подальших досліджень, а також для широкого загалу читачів, які цікавляться українською молодіжною літературою.

Апробація результатів дослідження. Зміст та результати дослідження висвітлювались на XXIV Міжнародній науково-практичній конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених «Політ. Сучасні проблеми науки» Київ, 2024 та на IV міжнародній науково-практичній конференції: «Сучасні міжнародні відносини: актуальні питання теорії та практики» Київ, 2024.

Публікації. Основні положення кваліфікаційної роботи було викладено в публікаціях:

— Богорад А. В. Особливості просування інформації про регіональні культурні заходи у соціальній мережі інстаграм. ПОЛІТ. Сучасні проблеми науки: збірник матеріалів XXIV Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених (2-5 квітня 2024 року), Київ: НАУ, 2024. С. 326-327.

— Богорад А. В. Історичний аспект створення соціальних мереж. Сучасні міжнародні відносини: актуальні питання теорії та практики: матеріали IV міжнародної науково-практичної конференції. Київ: НАУ, 2024. С. 434-439.

Структура й обсяг кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, 2 розділів (6 підрозділів), висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (30 джерел). Загальний обсяг роботи становить 53 сторінки, основний текст викладено на 41 сторінці.

РОЗДІЛ 1

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК СФЕРА СУСПІЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

1.1. Еволюція соціальних мереж в історичному контексті

Перш ніж братися до вивчення феномену соціальних мереж варто звернутись до витоків, а саме до появи мережі інтернет. Оскільки потреба обмінюватись інформацією та комунікувати виникає з інстинкту соціальності, котрий притаманний людям як виду, то протягом усієї історії людство постійно вигадувало нові й нові засоби комунікації.

«Спільні зусилля та багатовіковий розвиток громадянського суспільства супроводжувалися створенням різноманітних комунікаційних засобів. Початок розвитку соціальних мереж припадає на 90-ті роки ХХ століття, але їхнє коріння сягає появи інтернету у 1969 році» [2, с. 435]. Як зазначається у науковій роботі Васьківської О. Є.: «З часу свого створення інтернет став джерелом масового обміну інформації, що є у відкритому доступі та може бути використана будь-ким» [5, с. 35].

Ідея створення безпечної та швидкої системи передачі повідомлень з'явилася в Міністерстві оборони США у 1957 році, після того, як Радянський Союз запусив перший штучний супутник Землі у космос. Ідею розвитку комп'ютерних мереж, які могли б передавати та обмінюватись інформацією, розробило американське агентство, яке займається дослідженнями в галузі оборони. Вони розуміли, що використання комп'ютерів як засобу комунікації відкривало нові можливості для передачі даних.

Проект із розробки комп'ютерної мережі, яка б об'єднала різні установи, було доручено кільком американським університетам: Каліфорнійському університету в Лос-Анджелесі, університету штату Юта, університету в Санта-Барбарі та Стенфордському дослідницькому центру. Зусилля цих університетів призвели до створення комп'ютерної мережі, названої ARPANET

(Advanced Research Projects Agency Network). Ця мережа, яка об'єднувала оборонне агентство з університетськими центрами, стала першим кроком у розвитку сучасних комп'ютерних мереж, які згодом перетворилися на соціальні мережі, що ми знаємо сьогодні [30].

З плином часу кількість тих, хто також потребував участі в обміні інформацією ставало все більше й тому у 1971 році кожен, хто мав комп'ютер та перебував на території США, мав змогу підключитись до мережі «Інтернет». Після чого користувачі могли створювати власну електронну скриньку й надсилати листа в межах мережі [24]. Фактично, можна зазначити, що саме цей момент докорінно змінив майбутнє, зробивши прорив у способі комунікації між людьми, оскільки користувачі зрозуміли, що використання електронних листів є зручнішим способом обміну інформації, аніж надсилання паперових.

До 1973 року мережа ARPANET фактично стала міжнаціональною, оскільки до неї приєдналися комп'ютери з різних країн. Однак справжній прорив у розвитку соціальних мереж стався в 1990-х роках, коли з'явилися перші веб-сайти, призначені для спілкування людей. Одним із найвідоміших проектів того часу був SixDegrees.com, який стартував у 1997 році. Ця платформа дозволяла користувачам створювати власні профілі та додавати до списку друзів інших користувачів. SixDegrees.com заклав основи для сучасних соціальних мереж, які ми знаємо сьогодні. Основними функціями цього сервісу були створення профілів користувачів, додавання друзів та обмін повідомленнями. Ці базові елементи згодом стали невід'ємною частиною сучасних соціальних мереж, що продовжують розвиватися і вдосконалюватися з часом [30].

На початку XXI століття у філософії науковцями було введено поняття «медіального культурного повороту», котрий прийшов на зміну лінгвістичного. Цілком зрозуміло, що свою назву він отримав від слова «медіа». Завдяки новітнім технологіям медіареальність стала глобальною, що дозволило з'явитися новим формам комунікації в суспільстві. На сьогодні медіареальність прагне стати точним відображенням дійсності, але при цьому, створюючи

постійне відчуття того, що люди є частиною глобального світу, вона фактично формує нову реальність. Це може призводити до певного спотворення дійсності.

Отож, з постійним розвитком технологій та бажанням людей покращувати вже створені способи комунікації у першому десятилітті ХХІ сторіччя сталась справжня експансія соціальних мереж. Були створені нові соціальні мережі, такі як «MySpace», «Фейсбук», «Твітер», а вже пізніше й «Інстаграм».

Найбільшої популярності на той момент досягнув саме фейсбук – соціальна мережа, котра була створена у 2004 році студентом Гарвардського університету Марком Цукербергом. Свого визнання ця соціальна мережа досягла завдяки великому функціоналу, у який входило: додавання друзів, спілкування, публікування власних думок та навіть передання аудіо- та відеофайлів. І досі фейсбук посідає вагоме місце серед соціальних мереж. Однак його цільова аудиторія – це користувачі віком від 35 років.

Пізніше, у 2005 році виник ютуб – соціальна мережа, котра стала дуже зручною платформою для публікації відео. І це було цінним нововведенням, оскільки на той момент не існувало іншої можливості поділитись відеороликом більш-менш хорошої якості. Ютуб – це платформа, яку відвідують користувачі різних вікових категорій. Існує навіть відокремлена платформа «ЮтубКідс», на якій відеоблогерами є діти. Тобто можна зазначити, що блогерами на ютуб може стати фактично кожен, незалежно від своєї вікової категорії. Ще однією цікавою особливістю цієї платформи є те, що більшість блогерів на ній – це чоловіки, тоді як, в інстаграмі – жінки.

У сучасному світі майже кожен з нас не уявляє свого життя без інтернету та соціальних мереж. Це й не дивно, оскільки соціальні мережі є важливим фактором у формуванні сучасного інформаційного суспільства, оскільки вони сприяють комунікації, взаємодії та обміну інформацією між користувачами.

Як зазначає у своїй науковій роботі Васьківська О.Є.: «Сьогодні соціальні мережі вражають своєю різноманітністю та можливостями для користувачів.

Кожен рік створюються нові соціальні мережі та вдосконалюються вже існуючі, адже між ними існує конкуренція за увагу та прихильність аудиторії» [5, с. 37].

«Окрім цього соціальні мережі відіграють чималу роль у сучасному бізнес-середовищі, як важливий інструмент для розвитку бізнесу та забезпечення конкурентоспроможності компаній. За допомогою соціальних мереж бізнес може здійснювати взаємодію зі своїми клієнтами, залучати нових клієнтів, підвищувати свій бренд, а також здійснювати маркетингові та рекламні кампанії» [2, с. 436].

Зупинимось на детальному аналізі соціальної мережі «Інстаграм», оскільки вона є основною для нашого дипломного дослідження. Ця соціальна мережа створена у 2010 році з початковою назвою Burbn. Але цього ж року відбувся ребрендинг і назва стала відома нам всім – інстаграм. Цікавою особливістю стало те, що на початку користувачі зазвичай публікували на своїх сторінках фотографії їжі та напоїв, або ж фото з відпусток. Через це спочатку у інших користувачів мережі «Інтернет» було упереджене ставлення до цієї соціальної мережі й вона розвивалась не надто стрімко. Однак інстаграм все одно поступово ставав головним конкурентом для фейсбуку. У 2012 році Марк Цукерберг викупив цю компанію за 1 мільярд доларів. Важливо також наголосити на тому, що саме в інстаграмі з'явилися хештеги (#), якими користуються й досі, та котрі допомагають систематизувати й поділяти на категорії фотографії та теми дописів [25].

Нині ця соціальна мережа виступає як одна з головних медіаплатформ і є дуже зручною як для особистих, так і для бізнес-блогів. Інстаграм найбільш популярний серед користувачів віком до 35 років. Однак поступово втрачає аудиторію до 19 років через активний розвиток соціальної мережі «Тик-Ток».

Вагоме місце у сучасному медіа-середовищі посідає мережа «Тик-Ток». Заснована у 2016 році як Дуоінь, ця соціальна мережа не мала такого вагомого місця серед користувачів. Однак наразі тик-ток з кожним днем все більше завойовує популярність та розширює свою аудиторію. Зараз у цій соціальній

мережі можна знайти сторінки будь-кого: музикантів, посадових осіб, лікарів, письменників тощо.

Ще однією важливою перевагою блогів у соціальних мережах є те, що в блогах є свобода висловлювань, що допомагає користувачам реалізовувати свої думки й ділитися ними зі світом. Хоча й цей пункт не можна назвати однозначним. Нині у соціальній мережі «Інстаграм», якщо користувач публікує збори для військовослужбовців або використовує слово «війна» у своїх дописах, то блог може бути «забанений», або ж алгоритми інстаграму знизять охоплення аккаунту, відправлять у «тіньовий бан». Це обмеження створює серйозні виклики для блогерів, особливо для тих, хто висвітлює соціально важливі теми або займається волонтерською діяльністю.

Проаналізувавши історію виникнення та наголосивши на перевагах соціальних мереж, ми вирішили зупинитись й на негативному аспекті, який вони тягнуть за собою. Одним із головних негативних наслідків використання соціальних мереж є проблема залежності. Деякі люди проводять надто багато часу в соціальних мережах, через що страждає їхнє реальне спілкування, падає продуктивність на роботі або в навчанні, і вони нехтують здоровим відпочинком. Така залежність може негативно вплинути на психічне здоров'я, самооцінку і соціальні стосунки.

Соціальні мережі також можуть сприяти поширенню неправдивої або шкідливої інформації. Користувачі часто діляться контентом або ретранслюють його, не перевіривши його достовірність, що може сприяти поширенню фейків або маніпулятивних даних. Це може негативно впливати на громадську думку та викликати неправильну реакцію на різні події.

Отже, людство протягом усієї історії свого розвитку прагнуло вдосконалювати способи комунікації. Становлення соціальних мереж, як таких, які ми звикли бачити зараз, почалось у 90-их роках ХХ сторіччя. Витоками їх створення стало винайдення мережі «Інтернет», що була призначена для полегшення дистанційної комунікації. Всі соціальні мережі, що були нами

розглянути, наразі знайомі кожному користувачу й користуються великим попитом.

1.2. Значення блогу як засобу суспільної комунікації

Потреба в комунікації є однією з найбільш фундаментальних і важливих характеристик людської природи. Від самого народження людина вступає у складні міжособистісні відносини з оточуючими, і ця взаємодія стає ключовою для розвитку особистості та задоволення її психологічних потреб.

Люди шукають комунікацію з різних причин: від створення соціальних зв'язків та формування взаємних стосунків до виявлення своєї ідентичності та приналежності до групи. Крім того, вони використовують комунікацію для вираження емоцій, отримання підтримки, порад та допомоги в складних або непередбачуваних ситуаціях, а також для здійснення різних бізнес-контактів, отримання нової інформації та навчання від інших членів суспільства.

У світлі вище викладеного можна відзначити, що з виникненням нових засобів технологічного зв'язку та комунікації, людство ставило перед собою мету створення засобів, які б забезпечували швидкий та ефективний обмін інформацією. Колективні напрацювання та тривалий шлях розвитку громадянського суспільства відзначилися формуванням різноманітних засобів комунікації. Одним з них наразі є блогінг.

Блог – це досить нове середовище для комунікації. Тому варто було б дізнатися прототипом чого він є. Фактично, можна зазначити, що це вдосконалена версія скажімо особистого щоденника. «Аналізуючи блог в жанровому аспекті, можемо говорити про його епістолярне походження. Саме жанрова модель «класичного» щоденника лежить в основі блогосфери» [1, с. 4].

Нам слід розглянути, в чому полягають схожості та відмінності між «класичним» щоденником і онлайн-щоденником (блогом). Під «класичним» щоденником мається на увазі регулярна та послідовна фіксація подій на будь-якому (скоріш за все паперовому) носії, яка здійснюється офлайн. Основною схожістю з інтернет блогом є те, що і в щоденнику, і в блозі

фіксуються події, думки та емоції особи. Проте головною відмінністю є те, що класичний щоденник зазвичай пишеться для себе, щоб зберегти особисті думки та спостереження, які зовсім не обов'язково будуть опубліковані чи розділені з іншими.

Таким чином, інформація в ньому більш суб'єктивна та персоналізована, оскільки автор не очікує, що її хтось прочитає. Блог, на відміну від класичного щоденника, спрямований на велику аудиторію і створюється з урахуванням потреб інтернет-спільноти. Автор блогу розуміє, що з його записами будуть знайомитись інші люди, тому контент має відповідати цій публічній спрямованості.

Ще однією суттєвою відмінністю є те, що класичний щоденник зазвичай має одного автора, тоді як у блозі може бути кілька авторів або він може бути результатом колективної роботи. Це впливає на різноманітність тематики та стилю написання. Таким чином, хоча класичний щоденник і блог мають спільну основу в записі подій і думок, їхня мета, аудиторія та підхід до контенту відрізняються.

Терміну «блог» передував термін «вебблог» (англ. *weblog*), уперше вжитий у грудні 1997 року Йорном Баргером і використовуваний на позначення процесу ведення журналу в інтернеті під час пошуку інформації, що передбачав збереження переліку посилань, автоматично згенерованих сайтом *Robot Wisdom*, які відвідував Йорн [15].

Фактично, блоги виникли для того, щоб їх автори змогли виражати свої думки й погляди. Однак наразі вони стали прямим засобом комунікації між автором та його аудиторією. Основними платформами, на яких можна швидко й без зайвих значних витрат створити власний блог є соціальні мережі, такі як «Інстаграм», «Фейсбук», «Твітер» та «Телеграм». Вони є найбільш розповсюдженими у світі, що є значною перевагою, оскільки з точки зору комунікативної функції блогу вони дають можливість зібрати навколо себе певну значну спільноту, котра буде зацікавлена у їх тематиці. Ці соціальні мережі надають можливість користувачам без зайвих зусиль створити сторінку,

де можна публікувати фото- та відеоконтент, а також підтримувати зв'язок з аудиторією через приватні повідомлення та коментарі.

Соціальна мережа «Інстаграм» впевнено лідирує серед інших. Як зазначає О. Є. Васьківська: «Соціальна мережа «Інстаграм», що створювалась як платформа для обміну фото та відео, впевнено збільшує свою аудиторію, повсякчас оновлюючись та трансформуючись. На сьогодні ця мережа є найтехнологічнішою для запису, обробки та публікації великої кількості фото та відео» [5, с. 36].

Значення блогу у сучасному світі важко переоцінити, оскільки за своєю природою він має ряд важливих функцій. На нашу думку, найважливішою функцією є передусім – комунікативна. Оскільки, як ми й зазначали вище, блог має на меті розповсюдження інформації на велику аудиторію, то це в свою чергу тягне за собою можливість розширення кола спілкування для автора блогу й пошуку однодумців.

Однак, якщо заглибитись у те, що у період медіального культурного повороту віртуальний світ почитає затьмарювати реальний, то можна зробити висновок, що таке витіснення може мати й негативний аспект. Ми маємо на увазі те, що у соціальних мережах набагато легше створити образ (бездоганну картинку), котра може зовсім не відповідати реальності. Через це багато користувачів стикаються з проблемами низької самооцінки або навіть можуть впадати в депресії через те, що не розуміють, чому вони не такі продуктивні як інші люди у соціальних мережах, або не мають достатнього рівня навичок у певних сферах, не розуміючи того, що не все, що транслюється у соціальних мережах є правдою.

Наступною функцією блогів є самопрезентація. На нашу думку, ця функція є найбільш влучною, коли блог стосується творчих людей чи спілок, котрі мають на меті популяризувати свої твори, такі як поезію, малюнки, декламацію літературних творів, пісні тощо. Варто наголосити на тому, що блоги несуть за собою певну інформацію про особу чи осіб, й у такий спосіб відбувається самореалізація.

Як приклад реалізації цієї функції є блог чернігівського письменника Олександра Білогури ([_naberius_scriptor_](#)). У ньому репрезентоване буденне життя автора, а також його творча діяльність. Олександр є відомим на регіональному рівні поетом, прозаїком, актором режисером та педагогом. У своїх сторіз та публікаціях митець постійно висвітлює різні аспекти своєї творчості: декламацію власних віршів, буктрейлери своїх книг (зокрема до нової книги написаної як сценарій фентезі «Біла пільма»), власні тематичні світлини з віршованими підписами, тощо. Окрім вищезазначеного Олександр є художнім керівником дитячої театральної студії «СТеМ» й публікує на своїй сторінці творчі досягнення своїх учнів. Хоча блог Олександра Білогури не має великої кількості підписників, він швидко розвивається завдяки своєму унікальному підходу до творчості та самопрезентації. Його контент привертає увагу користувачів, які цінують нестандартний підхід до подачі матеріалів та інноваційність у презентації власної творчості.

Завдяки такому різноманітному контенту та особистому стилю, блог Олександра Білогури стає платформою для творчого самовираження і водночас джерелом натхнення для інших. Він демонструє, як соціальні медіа можуть бути ефективним інструментом для письменників та митців, щоб залучити аудиторію та продемонструвати свої таланти.

Наступною важливою функцією є функція соціалізації. Вона спрямована на об'єднання та покращення соціальних зв'язків між користувачами з різних регіонів. Таке «подолання територіальних бар'єрів» дає змогу користувачам не відчувати себе самотніми й знаходити однодумців у різних куточках світу.

Одним із яскравих прикладів використання функції соціалізації є інстаграм-блог чернігівського музиканта, продюсера, письменника, IT- та D&D-фахівця Ігоря Меліхова ([@ichzerowan](#)). Хоча цей блог можна було б віднести до категорії самопрезентації, особливий інтерес Ігоря до гри Dungeons&Dragons (настільна рольова гра в жанрі фентезі) допоміг йому зібрати навколо себе велику спільноту однодумців з різних регіонів.

Окрім інстаграм-блогу, Ігор Меліхов також веде активну сторінку в ТикТоку, де він публікує відео з поясненнями щодо правил і стратегій цієї гри. Таке розширення аудиторії через різні платформи дозволяє йому привернути увагу не тільки гравців з України, а й з-за кордону, оскільки він вільно володіє англійською мовою. Його блог і сторінка в ТикТоці спрямовані на об'єднання спільноти любителів D&D, де Ігор ділиться своїм досвідом, порадами і навіть деякими літературними творами, які стосуються гри. Завдяки цим ресурсам, він зумів створити активну мережу шанувальників, які взаємодіють один з одним і активно обговорюють різні аспекти гри.

Така діяльність свідчить про те, що блогінг може бути потужним інструментом для створення спільнот та поширення інтересів. Блог Ігоря Меліхова є прикладом того, як захоплення однією темою може сприяти об'єднанню людей і створенню живого, динамічного контенту, який привертає увагу не лише в Україні, але й на міжнародному рівні.

Варто зазначити таку функцію блогів як просування товарів та послуг. Ця функція є найбільш розповсюджена для онлайн-магазинів та блогів, котрі рекламують певні послуги. Це є також важливим засобом комунікації, оскільки дає можливість знаходити бізнес-контакти. Як приклад, розглянемо чернігівське приватне виробництво десертів «Mochi» (@moti_vid_koti). Автори блогу почали активно вести сторінку в «Інстаграмі», що дозволило їм значно розширити свою аудиторію по всій Україні та залучити понад 60 тисяч підписників. Цей успіх пов'язаний з тим, що блог орієнтований на привабливий відеоконтент, який здатний привернути увагу користувачів. У блозі «Mochi» публікуються відео, які демонструють процес виготовлення десертів, дають можливість побачити готові вироби. Такий підхід створює враження відкритості та чесності, що приваблює потенційних клієнтів.

Наступною постає функція саморозвитку. Вона полягає у тому, що на відміну від «класичного» щоденника, який ми аналізували вище, блог орієнтований на широке коло людей. Таким чином, автор блогу повинен враховувати потреби та очікування своєї аудиторії, забезпечуючи високоякісний

контент. Розмовні сторіз, що публікуються в блозі, мають бути грамотно побудовані та вільні від помилок. Оскільки в соціальних мережах поширена практика хейту та негативної критики, автори повинні приділяти особливу увагу деталям і самовдосконалюватися, щоб уникнути недоліків у своєму контенті. У інстаграм-блозі Анастасії Богорад (@nastyabogorad) часто публікуються декламування її власних віршів. Авторка ретельно ставиться до своїх публікацій. Працює над дикцією, наголосами та інтонацією, вдосконалюючи свої ораторські та акторські здібності, для того, щоб контент, який Анастасія публікує, був якісним та привабливим. Її постійна робота над собою і розвиток навичок знаходять відгук у підписників, які цінують щирість і професіоналізм Анастасії. Також у її блозі можна знайти фотографії з літературних заходів, зустрічей з іншими поетами та письменниками, що надає її сторінці додаткової цінності та змістовності.

Функція саморозвитку також передбачає навчання новим технікам створення контенту, підвищення грамотності та розвиток комунікативних навичок. Це також включає зворотній зв'язок з аудиторією, який допомагає зрозуміти, які теми та підходи користуються найбільшим попитом. Автор блогу має бути відкритим до конструктивної критики, що дозволяє йому постійно покращувати якість своїх матеріалів. Це сприяє розвитку професійних навичок і допомагає блогеру встановити більш глибокий зв'язок зі своєю аудиторією.

Окрім вищезазначених функцій блогів, як засобу суспільної комунікації, також варто виділити, що вони можуть виступати як медіа. Зазвичай таке відбувається у період певної політичної або громадської активності, і в таких випадках блогери як «лідери думок» мають безпосередній вплив на маси. «Життєздатність блогу визначають читачі, за кількістю відвідувань та коментарів яких можна встановити рейтинг публікацій. Якщо блогер має журналістський хист та вміє обирати актуальні теми, його сторінку буде відвідувати велика кількість читачів, які можуть висловити свою зацікавленість не тільки залишаючи коментарі, а й поширюючи інформацію серед інших

користувачів – на своїй сторінці вони можуть розмістити гіперпосилання на публікації блогу, що їм сподобалися» [17, с. 346].

Проаналізувавши певну варіативність в класифікацій блогів від різних науковців, ми дійшли висновку, що найбільш влучною є саме наступна класифікація:

- за типом знакових систем: текстові, фото- та відеоблоги;
- за типом авторства: особистісні та колективні. Оскільки дуже часто створюються певні спілки (літературні, громадські тощо), або ж колективні напрацювання, котрі висвітлюються в блогах, то люди об'єднуються в одну, скажімо, спільноту й викладають свої матеріали на одній сторінці;
- за типом контенту: маються на увазі особисті блоги (про особисте життя певної персони, висвітлення буденних подій), публічні, «творчі» блоги, у яких відбувається публікація авторських робіт, та журналістські блоги (від автора новин).

На нашу думку, така класифікація є найбільш раціональною та зрозумілою.

Отже, підбиваючи підсумок, зазначимо, що у сучасному світі блогінг став важливим комунікативним явищем, котре допомагає людям знаходити однодумців й приписувати себе до певних спільнот, задовольняючи свою потребу в комунікації. Функції, які репрезентує блогінг, допомагають користувачам реалізовуватися та заявляти про себе без обмежень.

1.3. Аналіз регіональних інстаграм-блогів

Сучасний світ надає безліч можливостей для самовираження, оскільки в соціальних мережах не існує конкретних обмежень щодо того, хто може створювати сторінки та в якій кількості. Завдяки цьому кожен користувач соціальних мереж має можливість стати блогером. Літературне життя в Україні активно розвивається, що стимулює створення різноманітних регіональних блогів по всій країні. Вони охоплюють різні теми і використовують різноманітні підходи до подачі контенту. Однак ми зробимо акцент саме на блогах про

культуру, адже вони мають спільну мету – просування та популяризацію української культури та літератури.

Ми здійснили детальний аналіз українських регіональних інстаграм-блогів, з особливим акцентом на чернігівській області. Розглянули різні аспекти цих блогів, зокрема їхню тематику, структуру, підходи до викладення матеріалів, а також їхній вплив на розвиток культурного життя в регіоні.

Під час аналізу регіональних інстаграм-блогів виникли значні труднощі. Виявлено один з найбільших недоліків цих блогів. Він полягає у тому, що акаунти не завжди вказують геолокацію, що значно ускладнює пошук.

@chernihiv_events – блог присвячений висвітленню анонсів про всі культурні події, що відбуваються у місті Чернігів. У блозі публікуються афіші концертів, анонси заходів, свят та виступів зірок, а у описі під фотографіями надається більш детальна інформація. Блог налічує більше 5 сотень підписників.

@molod_center – це чернігівський інстаграм-блог, присвячений діяльності молодіжного центру Чернігівщини. На сторінці представлена велика кількість інформації та анонсів про різноманітні події, що проводяться в центрі. Серед них – безкоштовні кінопокази, поетичні вечори, ігри, національно-патріотичні заходи, клуби за інтересами тощо. Цей блог орієнтований на фотоконтент, що включає в себе зображення з анонсами, звіти про проведені заходи та короткі інформаційні пости, що розповідають про визначні події. Завдяки такій структурі, підписники можуть швидко дізнатися про майбутні заходи та ознайомитися з тим, що вже відбулося. @molod_center має понад дві тисячі підписників, що вказує на його популярність серед молодіжної аудиторії. Завдяки яскравому візуальному контенту та актуальній інформації, блог приваблює активних користувачів, зацікавлених у заходах, що проходять у молодіжному центрі.

@fri_chernihiv – це чернігівський інстаграм-блог, присвячений висвітленню діяльності громадської організації «Фундація Регіональних

Ініціатив» та культурного молодіжного життя в Чернігові. Основний меседж блогу полягає в тому, що «ФРІ Чернігів – це молодь, яка творить». На цій сторінці представлено різноманітний контент, що охоплює багато різних тем та напрямків. У блозі можна знайти різні рубрики, присвячені культурним, розважальним, волонтерським та правозахисним подіям, освітнім програмам, літературним вечорам та іншим заходам. Одна з ключових особливостей цього блогу – це акцент на фотоконтенті. Сторінка регулярно публікує анонси майбутніх заходів, а також інформаційні пости про важливі події в Україні.

Окремою рубрикою є інформація про видатних постатей в історії України, що додає блогу додаткову цінність для підписників. З точки зору оформлення, блог @fri_chernihiv вирізняється гармонійним дизайном. Використання визначеної кольорової палітри та ненадмірного оформлення створює приємне враження. Блог також добре структурований: наявність закріплених актуальних сторіз з рубриками робить навігацію зручною та інтуїтивною. Загалом, цей блог є цінним ресурсом для тих, хто цікавиться молодіжним життям, культурними та волонтерськими подіями в Чернігові. Завдяки добре продуманій структурі та якісному візуальному оформленню, @fri_chernihiv привертає увагу аудиторії та сприяє популяризації громадської організації та її діяльності. Блог налічує близько тисячі підписників.

@markfutureart – це чернігівський блог, присвячений художнім виставкам і сучасним українським художникам. Основний фокус цього блогу спрямований на фотоконтент, що демонструє художні роботи, а також знайомить з художниками. Структура блогу досить схожа з блогом «Літературна Чернігівщина», але при цьому він охоплює іншу тематику, пов'язану з мистецтвом. У @markfutureart регулярно публікуються анонси виставок, що дозволяє підписникам дізнаватися про майбутні культурні події. Також тут можна знайти фотографії зруйнованого міста, що додає блогу особливої атмосфери і надає важливий контекст, відображаючи складні реалії, з якими стикаються художники в сучасній Україні.

@newch.tv (або «Новий Чернігів») – це новинний інстаграм-блог, який оперативно висвітлює чим живе місто. Тут можна знайти різноманітні інформаційні пости, фотозвіти та відеорепортажі, а також анонси майбутніх подій. Блог добре структурований, з кількома рубриками, закріпленими в хайлайтс, що дозволяє користувачам легко орієнтуватися та швидко знаходити потрібний контент. Однією з унікальних особливостей цього блогу є рубрика «ЧПЧ» (Чернігів і Чернігівці), де розповідається про визначних постатей міста та їхні внески в розвиток громади. Ще одна цікава рубрика — «Поza кадром», де показується, як відбуваються зйомки та що відбувається за лаштунками. У цій рубриці підписники можуть побачити процес роботи команди та дізнатися більше про те, як створюється контент для блогу. Основний акцент у блозі зроблено на новинному відеоконтенті, зокрема рилсах. Це сучасний і ефективний формат, який приваблює велику аудиторію. На даний момент @newch.tv має понад 11 тисяч підписників, що свідчить про його популярність та значущість для мешканців Чернігова.

@love.chernihiv – це регіональний інстаграм-блог, котрий позиціонує себе як «Інстаграм-журнал Чернігова». Він налічує більше 83 тисяч підписників. В цілому цей блог не зовсім орієнтований саме на аспект культурного життя, проте й ця рубрика також присутня, а оскільки він є дуже популярний серед чернігівців, то нам варто його також проаналізувати. У ньому можна знайти безліч інформації: від новин й анонсів до чудових фотографій міста й оглядів місцевих закладів харчування. Структура блогу добре продумана, а його візуальний стиль привабливий для аудиторії. Однак, є певні недоліки, на які варто звернути увагу. Одним з таких недоліків є велика кількість реклами, яка може знижувати якість контенту та відволікати увагу від основних матеріалів. Ще одним аспектом, який викликає певні питання, є те, що блог, здається, має тісні зв'язки з мерією Чернігова. Це проявляється в тому, що блог часто публікує звернення та інформацію від посадових осіб, а також фактично «пропагує» нинішню владу. Такі зв'язки можуть створити враження упередженості, що негативно впливає на об'єктивність контенту. З іншого боку, блог часто

організовує різноманітні розіграші, що сприяє залученню нових підписників та підвищенню взаємодії з аудиторією.

@krutoy_kharkov – це харківський регіональний інстаграм-блог, присвячений висвітленню подій у місті. Під час дослідження регіональних інстаграм-блогів по всій Україні з'ясувалося, що існує небагато блогів, які висвітлюють культурне життя регіонів. Тому цей харківський блог був обраний для аналізу, оскільки він принаймні частково відповідає нашій тематиці. Цей блог розповідає про незламне місто Харків, акцентуючи увагу на музеях, парках, визначних пам'ятках, а також на заходах та активностях, які там відбуваються. Блог має значну аудиторію, нараховуючи понад 127 тисяч підписників, і пропонує як фото, так і відеоконтент. Однією з окремих рубрик є висвітлення міських муралів з віршованими підписами, а також огляди місцевих театрів та їх репертуарів. Структура блогу добре продумана, він систематизований за різними рубриками, що дозволяє легко орієнтуватися у контенті. Важливо зазначити, що хоча блог охоплює широкий спектр культурних подій і місць у Харкові, він не має окремої рубрики, присвяченої літературному життю міста. Це, однак, не зменшує його цінності як джерела інформації про культуру та мистецтво Харкова.

@salt_ukraine – це чернігівський інстаграм-блог, що представляє діяльність поетичної спілки «Сіль». Наразі блог налічує близько 500 підписників і продовжує активно розвиватися. Однією з ключових особливостей цього блогу є регулярна організація поетичних вечорів, де кожен житель Чернігова може за попередньої реєстрації представити свої поетичні твори публіці. Така відкрита платформа для поезії сприяє залученню широкої аудиторії та розвитку літературної спільноти в регіоні. Крім того, у блозі часто публікуються вірші різних авторів, що дозволяє всім бажаючим поділитися своєю поезією. Будь-хто може надіслати свої твори в приватні повідомлення, і вони будуть опубліковані з відповідною ілюстрацією. Така відкритість і демократичний підхід до публікації поезії сприяють розвитку спільноти поетів і любителів літератури в Чернігові. Ще однією цікавою особливістю блогу є

організація тематичних поетичних вечорів, де встановлюється певний дрес-код і задається конкретна тематика, навколо якої будується захід. Це створює атмосферу творчості та інноваційності, сприяючи залученню нових учасників. Таким чином, @salt_ukraine є платформою, яка надає можливість як молодим, так і досвідченим поетам продемонструвати свою творчість, а також стимулює розвиток поетичної культури в Чернігові.

@andri.burakov – це київський регіональний інстаграм-блог, присвячений літературним подіям. Цей блог поєднує в собі два основних аспекти: він одночасно є блогом про життя і творчість Андрія Буракова та платформою, яка висвітлює різноманітні творчі заходи у Києві. Серед контенту, який тут публікується, можна знайти постійні анонси та звіти про проведені події. Хоча блог виконує важливу функцію в інформуванні про літературні події, він має певні недоліки у структурі. Зокрема, відсутні закріплені історії, а пости розкидані в хаотичному порядку, що може ускладнювати навігацію для користувачів. Та все ж блог залишається привабливим для аудиторії завдяки регулярному оновленню контенту та різноманітності подій, які він анонсує. Незважаючи на відсутність систематизації, блог привертає увагу постійним проведенням цікавих заходів. Серед них – вечори стендап-поезії, «квартирники», «НЕ музичні події» та інші творчі ініціативи. Це дозволяє блогові залишатися актуальним та забезпечувати підписників інформацією про цікаві події у місті. У цілому, @andri.burakov – це блог, який поєднує в собі особистісний підхід та фокус на літературних подіях. Його безпосередня спрямованість на літературне життя в Києві робить його цінним джерелом інформації для тих, хто цікавиться творчими заходами. Однак для покращення ефективності блог міг би вдосконалити свою структуру, щоб забезпечити більш зручну навігацію та підвищити якість подачі інформації.

@kor_mc_kub_ – це молодіжний регіональний інстаграм-блог, що висвітлює соціально важливі події Корюківської громади на Чернігівщині. Основна мета цього блогу полягає у підвищенні громадської активності серед молоді та інформуванні про різноманітні заходи, що проводяться в громаді.

Зокрема, блог регулярно публікує анонси та детальні звіти про події, такі як кінопокази, зустрічі з громадськими активістами, організації настільних ігор, а також курси акторської майстерності, спеціально розроблені для молоді. Крім цього, на сторінці блогу представлено інформативні довідки, які розповідають про важливі історичні події та видатних постатей, що мають значення для регіону. Блог також включає інтерактивні елементи, які заохочують молодь до активної участі та взаємодії. Це організація онлайн-опитувань, конкурсів або обговорень, які сприяють створенню активної та згуртованої спільноти. Блог налічує близько 1,5 тис. підписників, якими є переважно жителі корюківської громади. Підсумовуючи, зазначимо, що @kor_mc_kub_ не лише інформує, але й стимулює молодих людей до активного залучення в соціально-культурне життя своєї громади, підвищуючи рівень їхньої соціальної відповідальності та громадянської свідомості

@poetychna_shafa – це херсонський регіональний інстаграм-блог, присвячений літературі. На момент аналізу кількість його підписників становить приблизно 400 осіб. Основна мета блогу – публікація анонсів літературних та музичних подій у місті, а також звіти про їхнє проведення. Цей блог був створений у 2021 році. Проте його аудиторія залишає бажати кращого. Такий невеликий інтерес до блогу може бути пов'язаний із кількома факторами. По-перше, контент публікується не дуже часто, що може знижувати інтерес аудиторії. По-друге, структура блогу може бути незрозумілою, що ускладнює навігацію по контенту. По-третє, бракує різноманітності в темах, що також впливає на привабливість блогу для підписників. Проте, навіть з усіма цими недоліками, @poetychna_shafa залишається важливим орієнтиром для мешканців Херсона, які цікавляться культурними подіями. Він надає корисну інформацію про різні заходи, що проводяться у місті, і може бути цінним ресурсом для тих, хто хоче бути в курсі культурного життя Херсона.

Під час аналізу регіональних блогів було виявлено, що значна кількість сторінок, присвячених літературі, є «занедбанними». Чимало акаунтів перестали активно публікувати контент, причому останні публікації датуються періодом

2019-2021 років. Це свідчить про певну закономірність: спочатку блог створюється і активно розвивається, проте з часом, через брак оновлень та інновацій, охоплення та активність підписників починають падати, що призводить до того, що автори втрачають інтерес і припиняють підтримувати блог. Сюди ми можемо віднести такі блоги, як: @such.ukrlit, @book.feeling, @sugar_poetry тощо.

Такий тренд може бути результатом кількох чинників. По-перше, це може свідчити про відсутність достатньої мотивації або ресурсів для підтримки активного блогу. Відсутність регулярного контенту призводить до зменшення взаємодії з аудиторією, що може спричинити зниження інтересу до блогу. По-друге, це може бути результатом зміни пріоритетів авторів блогу. Скажімо, якщо у них з'являються інші обов'язки або проекти, підтримка блогу може стати другорядним завданням. По-третє, вплив мають зміни в самій аудиторії. Коли інтерес до певної тематики знижується або аудиторія мігрує на інші платформи, автори можуть зіштовхнутися з браком зворотного зв'язку, що також демотивує їх продовжувати розвивати блог.

Таким чином, для успішного підтримання літературних блогів важливо забезпечувати регулярне оновлення контенту, впроваджувати нововведення та активно взаємодіяти з аудиторією. Це сприяє збереженню інтересу до блогу та допомагає уникнути «занедбаності», що, на жаль, стало поширеним явищем серед регіональних літературних сторінок.

Підбиваючи підсумок зазначимо, що сучасний регіональний медіапростір є досить багатим і має велику кількість сторінок з різною тематикою. Культурне життя країни, не зважаючи на війну, триває. Новою актуальною рубрикою у блогах стало висвітлення подій про бойові дії та створення літературних портретів наших воїнів-захисників

Висновки до розділу 1

Появу такого феномену як соціальні мережі пов'язують з виникненням мережі «Інтернет», оскільки її основною функцією було дистанційна передача

даних. Вже у 1991 році, кожна людина, яка мала комп'ютер, отримала змогу вільної комунікації з будь-ким. З плином часу та розвитком технологій почали з'являтися соціальні мережі, котрі наразі стали невід'ємною частиною життя значної частини суспільства.

Блог – це відносно нове середовище для комунікації, проте досить розповсюджене. Його прототипом є «класичний» особистий щоденник. Звісно, між ними є певні відмінності, оскільки класичний щоденник фокусується на індивідуальному досвіді, тоді як блог є публічним інструментом для обміну ідеями з великою аудиторією. Блогінг виконує кілька важливих функцій, серед яких комунікація, самопрезентація, просування товарів і послуг, а також саморозвиток.

У сучасному світі блогінг у соціальних мережах набув значної ваги як явище, що сприяє спілкуванню, дозволяючи людям знайти однодумців і приєднатися до певних спільнот. Це допомагає задовольнити потребу в соціальній взаємодії та обміні інформацією.

Також у цьому розділі нами проведено детальний аналіз регіональних інстаграм-блогів, котрі орієнтуються на культурній тематиці. Особливий акцент зроблено на Чернігівських блогах. Було виявлено, що блогів, котрі орієнтовані виключно на сучасну літературну сферу, фактично не існує. Саме це і стало поштовхом для створення нами регіонального літературного блогу «Літературна Чернігівщина».

РОЗДІЛ 2

СТВОРЕННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО ІНСТАГРАМ-БЛОГУ «ЛІТЕРАТУРНА ЧЕРНІГІВЩИНА»

2.1. Концепція інстаграм-блогу «Літературна Чернігівщина», вибір та розробка контенту

Блог «Літературна Чернігівщина» просувається як платформа, спрямована на інформування та популяризацію сучасної літературної сцени Чернігівської області. Він відзначається своєрідним підходом до відбору та подання інформації, спрямованим на інформування користувача через пізнавальну та освітню діяльність.

У наш час, що відзначається розмаїттям цифрових ресурсів та нескінченністю інформаційних потоків, доступ до інформації необмежено. Натомість виникає проблема відсіву та фільтрації великої кількості контенту. Зорієнтуватися у цьому потоці інформації вимагає певних зусиль та витрати часу, що нерідко відштовхує користувачів.

Таким чином, ідея створення блогу, що спрямований на доступне представлення інформації про сучасну літературу Чернігівщини, визначається необхідністю забезпечення структурованої доступності матеріалів для споживачів. Зокрема, специфіка функціонування блогу полягає в комплексному аналізі сучасних тенденцій літературного життя Чернігівщини, а також у висвітленні ключових подій, творчих особистостей та видатних творів, що репрезентують обрану тематику.

Такий підхід відображає прагнення до підвищення рівня наукової та культурної освіти серед значної аудиторії, сприяючи формуванню свідомого та компетентного ставлення до літературної спадщини регіону. Зазначений ресурс має за мету не лише представлення актуальної інформації про літературні події та досягнення в Чернігівській області, але й сприяння розвитку літературної

діяльності в цьому регіоні. Шляхом систематизації, аналізу та презентації інформації про творчу діяльність місцевих літераторів, автор блогу сприяє популяризації та визнанню творчого потенціалу Чернігівщини в галузі літератури.

Проаналізувавши різні блоги та визначивши теми, котрі не висвітлювались на їх сторінках, ми дійшли висновку, що варто створити певну рубрикацію:

1. Знайомство з письменниками – ця рубрика включає докладне вивчення сучасних літераторів, що походять з Чернігівщини. Представлені в цій категорії матеріали забезпечують можливість ознайомлення з короткими біографічними даними письменників, що дозволяє докладніше розуміти їх літературний доробок. Кожна публікація у цій рубриці супроводжується відповідною світлиною автора, що сприяє більш глибокому знайомству, оскільки візуальне сприйняття значно краще для користувачів, а також розумінню та сприйняттю творчості митця. У цій рубриці ми представили низку письменників, таких як Анастасія Богорад, Олександр Білогура, Ігор Меліхов, Олена Терещенко, Нікіта Калюжний, Ольга Мелашенко та інші, кожен з яких має чималий творчий доробок та значний потенціал. Використання даної рубрики дозволяє не лише ознайомитися з історією та особистістю письменника, але й визначити його місце та роль у сучасному літературному дискурсі області.

2. Авторська поезія – це відео рилс, де автори Чернігівщини декламують власну поезію. Ця рубрика створена для того, щоб підписники могли краще познайомитися з авторами, зрозуміти їхній унікальний стиль і глибше зануритися у їхню творчість. Цей розділ також відіграє важливу роль у популяризації сучасної поезії Полісся, даючи авторам можливість поділитися своєю роботою з широкою аудиторією. Крім того, рубрика «Авторська поезія» має на меті підвищити рівень освіченості у сфері літератури серед читачів блогу. Коли підписники слухають живі виступи авторів, вони можуть відчувати емоції та інтонації, які супроводжують поезію, що створює особливий зв'язок між авторами та їхньою аудиторією. Це також сприяє розвитку літературного

руху на Чернігівщині та може стати джерелом натхнення для інших митців. Тобто через ці відео рилс підписники можуть відкрити для себе нових авторів, а також краще зрозуміти і оцінити сучасну українську поезію.

3. Огляд сучасної літератури – це рубрика, мета якої – популяризація прозових творів сучасних чернігівських письменників. Для підвищення інтересу огляди робляться у театралізованій формі; використовуються креативні методи представлення інформації, що робить контент більш привабливим і захопливим для широкої аудиторії. По суті, їх можна порівняти з «буктрейлерами». Контент, поданий в оригінальній і нестандартній манері, сприймається набагато краще, ніж сухі та одноманітні описи. Різниця між простим текстовим оглядом і відео, яке передає атмосферу та емоції книги, є значною: відео здатне викликати більшу залученість і цікавість. Такий підхід допомагає читачам краще зрозуміти сенс та емоційне наповнення творів, а також стимулює їх до читання.

4. Декламування – це розділ, який покликаний залучати аудиторію до участі в проєкті та сприяти розширенню творчих горизонтів. У цьому розділі передбачена можливість для тих, хто цікавиться поезією місцевих авторів, самостійно продекламувати їхні твори та поділитися ними на сторінці нашого блогу. Така взаємодія дозволяє не тільки популяризувати творчість чернігівських поетів і письменників, але й сприяє створенню інтерактивного середовища, де аудиторія може брати активну участь у розвитку проєкту. Цей розділ має додаткові переваги. Зокрема, він стимулює розвиток акторських здібностей серед населення Чернігівської громади, адже декламування поезії вимагає певного рівня артистизму та впевненості. Таким чином, кожен бажаючий має змогу не лише спробувати свої сили в декламації, але й покращити свої навички публічного виступу та акторської майстерності. Такий підхід дозволяє створити більш інтерактивне та інклюзивне середовище, де кожен може знайти своє місце та зробити власний внесок у розвиток літературної діяльності Чернігова.

5. Анонси подій – ця рубрика створена з метою інформування аудиторії про різноманітні літературні заходи. Цілком зрозуміло, що враховуючи велику кількість авторів, які прагнуть популяризувати свої твори та представити їх публіці, літературне життя Чернігівської громади є досить активним, з певною кількістю заходів. Сюди входять «літературники», музично-поетичні вечори, «квартирники», театралізовані читання та інше. Ця рубрика допомагає аудиторії бути в курсі всіх подій, надаючи інформацію про час, місце та формат заходів. Таким чином, зацікавлені користувачі можуть планувати свої відвідування, дізнаватися про нових авторів і навіть знайомитися з іншими шанувальниками літератури, що сприятиме обміну ідеями та натхненням. Враховуючи вищеперераховане, цей розділ стає корисним інструментом для організації та навігації щодо різних творчих подій.

6. Поезія війни – ця рубрика присвячена творам, що стосуються теми війни. Її важливість важко переоцінити, оскільки війна – це питання, яке торкається долі кожного громадянина. З початком повномасштабного вторгнення місто над Десною та Чернігівська область зазнали значних втрат, оскільки вони були першим ключовим пунктом оборони на шляху до столиці. Висвітлення цієї тематики вважається необхідним, щоб дати людям можливість висловити свої переживання та розповісти історії про страждання і героїзм громадян. У цій рубриці пропонується декілька форматів подачі контенту, що дозволяють передати емоції та особисті історії з різних точок зору. По-перше, це декламація віршів, пов'язаних із війною, самими авторами, які можуть поділитися своїм особистим досвідом і відчуттями. По-друге, можливість декламації надається іншим жителям міста, що створює простір для колективного висловлення переживань і думок. Крім того, рубрика включає публікацію текстів творів, що дозволяє читачам ознайомитися з поезією, навіть якщо вони не мають можливості слухати або дивитися декламацію. Це створює більш широкий доступ до літератури, яка відображає жахи війни та її наслідки. Важливість цієї рубрики полягає в тому, що вона надає можливість озвучити ті аспекти війни, які іноді залишаються за лаштунками офіційних звітів і новин.

Через поезію можна передати широкий спектр емоцій – від горя та втрат до надії та рішучості. Ця рубрика також допомагає зберегти пам'ять про події та людей, що стали частиною історії Чернігова під час війни. Завдяки цьому, вона стає не лише літературною, але й важливою культурною та соціальною складовою.

Окрім цього, у закріплених сторіз блогу «Літературна Чернігівщина» є спеціальна підрубрика під назвою «коментарі». Цей розділ присвячений відеозверненням читачів, які ознайомилися з різними творами чернігівських авторів і хочуть поділитися своїми враженнями про прочитане. Такий формат надає можливість іншим користувачам отримати оцінку книг від своїх колег-читачів, що додає їм більшої довіри та реалістичності.

Рубрика «коментарі» має кілька важливих переваг. По-перше, вона створює додатковий рівень взаємодії між читачами та творцями контенту. Коли люди діляться своїми думками та почуттями, пов'язаними з конкретною книгою, це заохочує інших підписників брати активну участь в обговоренні та читанні літератури. По-друге, відеозвернення читачів допомагають майбутнім читачам отримати інсайдерський погляд на твори, оскільки вони знайомляться з враженнями тих, хто вже перегорнув всі сторінки книги.

Зокрема, у цій рубриці є відео, де Анастасія Богорад ділиться своїми враженнями від прочитаної книги «Біла п'ятьма» чернігівського автора Олександра Білогури. Такий вид контенту дозволяє іншим підписникам отримати відгуки з «третього» боку, що робить процес вибору книги більш обґрунтованим та цікавим. Це також сприяє популяризації місцевих авторів, адже відеозвернення читачів можуть стати додатковою рекламою для їхньої творчості.

В цілому блог «Літературна Чернігівщина», або ж в латинському форматі @literaturna_chernihivshchyna, складається з фотографій, рилс та сторіз, тобто у ньому використовуються фактично всі переваги, які може надати соціальна мережа «Інстаграм». Беззаперечно, основою блогу є фотографії, оскільки ця платформа більше за всі інші орієнтована саме на фотоконтент. Також у блозі

використані відео рилс, оскільки концепція соціальної мережі «Інстаграм» дозволяє завдяки таким відео безкоштовно просувати їх на широку аудиторію, що дає можливість залучати нових підписників.

Сторіс, або історії, є ключовою складовою кожного блогу. Цей інструмент дозволяє блогу залишатися постійно на виду у стрічці своїх підписників, нагадувати про нові публікації, а також ділитися корисною інформацією, оскільки публікації можуть, так би мовити, губитися у загальній стрічці підписника.

Інстаграм спрямований на те, щоб збереження контенту було надійним, тому всі історії автоматично переходять в архів. Проте, щоб підвищити залученість підписників, можна зберігати історії у вкладці «актуальні». У цьому випадку у цій вкладці зберігаються пости, що належать до однойменних рубрик, а також історії, які можна віднести до обраних категорій. Це дозволяє блогерам підтримувати важливі для них теми та ділитися цікавим контентом з підписниками, що допомагає краще взаємодіяти з аудиторією.

Іншим важливим елементом, котрий використовується у блозі, є хештеги, оскільки вони допомагають швидко знаходити потрібну інформацію. Хештеги представляють собою короткі ключові слова або фрази, перед якими стоїть символ «#». Використання хештегів у публікаціях дозволяє користувачам без зайвих проблем та витрат часу знаходити інформацію, пов'язану з певною темою або подією. Хештеги мають певні переваги, наприклад: категоризація контенту, збільшення видимості та просування. Також важливою складовою є позначення геолокації, оскільки ми працюємо з регіональним блогом.

Отже, підбиваючи підсумок, слід зазначити, що блог «Літературна Чернігівщина» має широкий спектр взаємодії, пропонуючи цікавий і різноманітний контент, який охоплює різноманітні теми та рубрики. Завдяки цьому різноманіттю контенту, блог може охоплювати велику аудиторію і привертати увагу тих, хто цікавиться літературою, культурою та творчістю. Крім того, цей підхід дозволяє блогу не тільки інформувати, але й залучати

читачів до активної взаємодії. Це сприяє створенню нової спільноти, де кожен може знайти цікаві матеріали та долучитися до обговорення.

2.2. Порівняльний аналіз блогу «lom.chernihiv» та інстаграм-блогу «Літературна Чернігівщина»

Після детального аналізу різноманітних регіональних блогів ми дійшли висновку, що блог «lom.chernihiv» найбільш схожий за тематикою з нашим проєктом «Літературна Чернігівщина». Ми вирішили провести порівняльний аналіз саме з ним, оскільки цей блог фактично є нашим основним конкурентом в регіоні.

Блог «Люди об'єднані мистецтвом» (або ж «lom.chernihiv») – це музично-літературна спільнота, яка зосереджена на організації та висвітленні літературних і музичних заходів у Чернігові. Контент блогу складається переважно з анонсів майбутніх заходів та звітів про ті, що вже відбулися. Це обмежує тематику блогу лише повідомленнями про події, що відрізняє його від нашого, який має значно ширший спектр контенту.

Блог «Літературна Чернігівщина» пропонує значно більше контенту та тематичних рубрик, спрямованих на популяризацію творчості місцевих літераторів через різні креативні підходи. Ми також прагнемо підвищити рівень обізнаності серед населення щодо діяльності місцевої літературної спільноти та залучити цільову аудиторію до активної участі в проєкті. Ми пропонуємо знайомства з авторами, організуємо відео-огляди книг, запрошуємо аудиторію до декламування віршів. Така різноманітна рубрикація дозволяє нашому блогу вирізнитись від інших й більше зацікавлювати користувачів мережі. Це створює інтерактивний простір, де підписники можуть не тільки отримати інформацію, але й брати участь у творчому процесі. Блог «Літературна Чернігівщина» ставить собі за мету не тільки інформувати, але й надихати. Ми прагнемо створити живу та активну спільноту, яка об'єднує людей з любов'ю до літератури та сприяє розвитку культурного життя Чернігівщини.

На відміну від нас, «lom.chernihiv» обмежується публікацією «прісної» інформації, яка здебільшого зосереджена на анонсах заходів. Хоча й у нашому блозі також є рубрика «анонси_подій», ми намагаємося зробити її більш універсальною, публікуючи анонси всіх літературних подій у Чернігівській громаді, незалежно від того, хто їх організовує, будь то «літературники» від певних спілок, або ж просто громадські літературні ініціативи. Ми також звертаємо увагу на те, щоб анонси, котрі ми публікуємо були детальними, достатньо інформативними та включаючи не лише основні дані про подію (час, місце, організатори), але й додаткову інформацію, таку як опис програми, дрес-код, певні факти про організаторів, можливості «відкритого мікрофона» та інші важливі деталі. Це створює більш відкритий і всеосяжний простір, який сприяє більшому залученню та взаємодії з підписниками.

Ще однією помітною відмінністю між блогом «Літературна Чернігівщина» та «lom.chernihiv» є те, що останній не має чіткої систематизації контенту. У порівнюваному блозі публікації розкидані без певної структури, що створює незручності під час пошуку конкретної інформації. Для того, щоб знайти потрібний контент, користувачеві доводиться переглядати безліч публікацій, що вимагає значних зусиль і часу.

У «Літературній Чернігівщині» підхід до організації контенту суттєво відрізняється. Тут весь матеріал структурований, а публікації закріплені у відповідних рубриках. Це означає, що вся важлива інформація організована та зібрана у вкладках хайлайтс, або «актуальних історіях», що значно полегшує процес її пошуку.

Завдяки такій систематизації, користувачі можуть легко знаходити потрібний контент за кілька кліків, що підвищує ефективність і зручність використання блогу. Це не лише економить час користувачів, але й підвищує їхню лояльність, оскільки вони відчують, що блог був створений з урахуванням їхніх потреб. Зручна структура також стимулює користувачів частіше відвідувати блог, оскільки їм простіше знаходити нові та цікаві матеріали.

Звісно, оскільки блог «lom.chernihiv» існує вже досить тривалий час, кількість підписників більша порівняно з нещодавно створеним блогом «Літературна Чернігівщина». Однак саме завдяки вивченню потреб аудиторії, аналізу вподобань та інтерактивному методу взаємодії, наша аудиторія стрімко розширюється. Такий підхід дозволяє нашому блогу розвиватися динамічно. Акцент на взаємодії з підписниками, персоналізація контенту та активне залучення аудиторії сприяли тому, що блог «Літературна Чернігівщина» став привабливим для користувачів, які шукають сучасний, живий і креативний контент. Ці фактори допомагають нам успішно конкурувати з більш усталеними блогами, поступово збільшуючи нашу спільноту.

Таким чином, порівнюючи наш блог з «lom.chernihiv», ми дійшли висновку, що «Літературна Чернігівщина» пропонує значно більше можливостей для взаємодії та обміну інформацією, тоді як їх блог зосереджений лише на анонсуванні вузького спектра подій. Такий підхід дає перевагу в тому, що ми можемо залучати ширшу аудиторію, пропонуючи різноманітний і креативний контент, що, в свою чергу, допомагає нам бути конкурентно спроможними в регіональному медіапросторі.

2.3. Аналіз цільової аудиторії та контент-план просування власного проєкту

Створення блогу «Літературна Чернігівщина» на платформі «Інстаграм» не є інноваційним у загальному сенсі. Однак цей проєкт вирізняється тим, що зосереджується на літературній творчості митців Чернігівщини. У цьому сенсі він є унікальним, оскільки під час дослідження інших регіональних блогів було виявлено, що подібних ініціатив у області фактично немає.

Аудиторія цього блогу – користувачі у віковому діапазоні від 16 до 40 років, проте цільовою аудиторією є група користувачів віком від 16 до 25 років. Це зумовлено тим, що молодь найбільше залучена та проявляє цікавість до літературної діяльності громади. Крім того, в Чернігові розташовані два університети – Національний університет «Чернігівський колегіум» імені Т. Г.

Шевченка та Національний університет «Чернігівська Політехніка». Вони щорічно приймають нових студентів з усієї області, що також формує активне молодіжне життя в місті. Відтак, вибір цільової аудиторії зумовлений соціальними та демографічними особливостями обласного центру.

Цільова аудиторія також включає місцевих школярів старших класів, які цікавляться літературною творчістю та шукають натхнення для власних літературних проєктів. Для них блог може стати важливим джерелом інформації про сучасну українську літературу та літературні події в регіоні. Молоді люди в цій віковій групі є відкритими до нових знань і вражень, тож вони є активними учасниками культурного життя міста.

Важливо зазначити, що молодь у Чернігові активно користується соціальними мережами, зокрема «Інстаграмом», що робить цю платформу ідеальною для залучення саме цієї цільової аудиторії. Молоді користувачі часто шукають нові ідеї та культурні можливості через соціальні мережі, тому блог «Літературна Чернігівщина» може ефективно доносити до них інформацію про літературні події та творчість місцевих митців. Таким чином, вибір аудиторії обґрунтований її соціальною активністю та участю у культурному житті регіону.

Але одного визначення цільової аудиторії, звісно, не достатньо. Для поширення контенту на нашу цільову аудиторію необхідно робити певні дії для його просування. Вони можуть бути як безкоштовними так і платними. Для дієвого просування будь-якого блогу, в тому числі й «Літературна Чернігівщина» обов'язково потрібна певна стратегія. У нашому випадку вона буде складатися з таких етапів:

1. Оптимізація профілю. Цей пункт йде одним з найперших та найважливіших, адже дії у цьому пункті допоможуть користувачам ідентифікувати блог. Сюди входить: оформлення «шапки» профілю, де вказуватиметься мета блогу; відкриття професійної панелі та визначення категорії блогу, створення впізнаваної фотографії.

2. Створення контенту у привабливому візуальному форматі та його класифікація. В інстаграмі, де ключовим є візуальний контент, створення привабливих зорових матеріалів є критичним, адже ця платформа відома своєю орієнтацією на фотоконтент та відеоматеріали, саме тому було важливо забезпечити якісні фото та відео для нашої сторінки. А оскільки цей проєкт містить велику кількість інформації, його наповнення мало бути чітко структурованим і розділеним на тематичні рубрики. Це допомагає користувачам легко орієнтуватися в блозі та знайти цікаві їм матеріали.

3. Регулярне ведення профілю. Алгоритми просування в соціальній мережі Інстаграм працюють так, що чим частіше і систематичніше публікується контент, тим більше шансів, що блог буде просуватися автоматично. Це означає, що коли профіль активно оновлюється новими постами, історіями та рилсами, інстаграм починає пропонувати його контент іншим користувачам, які цікавляться схожою тематикою. Це має прямий вплив на розширення аудиторії блогу. Користувачі, які раніше не знали про його існування, можуть натрапити на контент у своїй стрічці або в розділі рекомендацій. Регулярність і систематичність також сприяють збільшенню взаємодії з підписниками, оскільки вони отримують свіжий контент, на який можна реагувати та обговорювати.

4. Відмітки. Проєкт «Літературна Чернігівщина» взаємодіє з авторами зі всієї Чернігівської області, і відмітки їх у публікаціях – це один із ефективних способів підвищити видимість та розширити аудиторію. Коли письменники, які мають власних підписників і впливають на їхню думку, відзначені в публікаціях, це створює додатковий імпульс для поширення інформації про проєкт. Відмічені автори можуть ділитися цими публікаціями у своїх сторіз, привертаючи увагу своїх підписників до проєкту «Літературна Чернігівщина». А це, у свою чергу, заохочує людей переглядати основну сторінку блогу і знайомитися з його контентом. Такий підхід створює ефект «сарафанного радіо», коли інформація поширюється природно завдяки співпраці з людьми, які вже мають довіру своїх підписників. Таким чином, відмітки стають потужним

інструментом залучення нової аудиторії та збільшення охоплення, допомагаючи проєкту закріпитися в інформаційному просторі регіону.

5. Геолокація. Неодмінно цей пункт є важливим, оскільки ми маємо справу з регіональним блогом і націлені на аудиторію, котра так чи інакше з ним пов'язана. Застосування геолокації «Чернігів», «Чернігів Україна», «Chernihiv, Ukraine», «Chernihivs`kaOblast`» під кожним постом сприяє залученню мешканців міста та області, яким хотілося б більше дізнатися про літературне життя цього регіону.

6. Хештеги. Стосовно хештегів, то варто зазначити, що кожна рубрика має свій особливий хештег, зокрема: #знайомство_з_письменниками, #декламування, #поезія_війни, #анонси_подій, #авторська_поезія, #огляд_сучасної_літератури. Ці хештеги допомагають полегшити пошук, а також дають зрозуміти, до якої з рубрик належить певний допис.

Окрім цього у блозі використовуються певні ситуативні хештеги, які вказують на те, про що йдеться у дописі та на сторінці. Такими хештегами є: #чернігів, #містогерой, #молодийавтор, #поезія, #проза, #письменники, #українськалітература, #війна тощо.

7. Взаємодія з аудиторією. У сучасному світі якісний блог визначається його здатністю до інтерактивності та активної взаємодії з аудиторією. Це означає створення контенту, який стимулює користувачів до участі, обговорень та реакцій. Але інтерактивність не лише в тому, щоб залучити користувачів до взаємодії з контентом, а й у тому, щоб блогер чи автор проєкту активно відповідав на коментарі, реагував на повідомлення і спілкувався зі своїми підписниками. Окрім цього, активна взаємодія з аудиторією впливає на алгоритми соціальної мережі. Якщо блог отримує більше коментарів, реакцій і взаємодії, це підвищує його видимість у стрічках новин, а алгоритми Інстаграму з більшою ймовірністю будуть просувати блог, який демонструє високу взаємодію.

Таким чином проєкт «ЛітературнаЧернігівщина» є унікальним, оскільки охоплює той вектор, котрий не задіяний у інших регіональних блогах. Для

розповсюдження блогу використовується безкоштовний функціонал просування, який закладений алгоритмами соціальної мережі «Інстаграм». Він просуває та популяризує наш контент для обраної цільової аудиторії без залучення витрат на фінансування.

Висновки до розділу 2

Ми детально проаналізували можливості та переваги соціальної мережі «Інстаграм», які використані для популяризації блогу «Літературна Чернігівщина». Інстаграм надає широкий спектр інструментів для безкоштовного та ефективного просування контенту. Ми скористалися цими можливостями для досягнення мети.

Основною метою блогу є просвітницька діяльність, спрямована на підвищення обізнаності жителів Чернігівщини про літературне життя в регіоні. Ми прагнемо донести до аудиторії інформацію про місцевих письменників, поетів, їхні твори, а також про різноманітні літературні події. Ми також визначили цільову аудиторію блогу, зосередившись на користувачах віком від 16 до 25 років. Цей вибір пов'язаний з тим, що саме ця вікова група найактивніше використовує соціальні мережі, зокрема «Інстаграм», і є найбільш зацікавленою в сучасній літературі.

Одним з ключових рішень була ефективна рубрикація контенту. Наш блог містить кілька рубрик, кожна з яких присвячена окремій темі. Це знайомство з письменниками, висвітлення поетичних та прозових творів, анонси літературних подій тощо. Така структура дозволяє аудиторії легко орієнтуватися в блозі і знаходити цікаві їм матеріали.

У сучасному медіапросторі зростає акцент на відеоконтент. Наш блог активно використовує цей формат у різних рубриках. Відео надає більш динамічну та захоплюючу форму для подачі інформації, що робить її більш привабливою для аудиторії.

Крім цього, нами проведено порівняльний аналіз з блогом «lom.chernihiv», що дозволило визначити низку переваг блогу «Літературна

Чернігівщина». Ці переваги включають ширший спектр контенту, більш активну взаємодію з аудиторією та систематизовану структуру. Таким чином, у цьому розділі ми показали, як використання інстаграму, цільової аудиторії, рубрикації та відеоконтенту сприяє успішному розвитку та популяризації нашого блогу.

ВИСНОВКИ

Походження соціальних мереж пов'язують із появою інтернету. І це цілком логічно, адже ця технологія спочатку й була задумана як новий спосіб дистанційного спілкування та передачі різних файлів з даними на відстані. З плином часу онлайн-комунікація пройшла тривалий шлях трансформації від простих чатів до ведення блогів, які поступово заміщують традиційні медіа та отримали назву «нові медіа».

Під час виконання завдань нашого кваліфікаційного дослідження ми розглянули історичний аспект створення соціальних мереж та визначили значення блогу у сучасному світі як засобу суспільної комунікації. Це дослідження показало нам, що людство протягом всього періоду свого існування шукало нові та інноваційні методи для розвитку та задоволення своєї потреби у комунікації. Окрім цього, ми визначили, що блогінг – є дуже розповсюдженим явищем, котре виконує такі функції як: комунікативна, функція самопрезентації, соціалізації, просування товарів та послуг, а також функція саморозвитку.

Також в ході виконання кваліфікаційного проекту ми зробили детальний аналіз регіональних культурних інстаграм-блогів з акцентом на Чернігівщині. Ми стикнулися з певними труднощами у пошуку таких блогів, адже не завжди автори вказували геолокацію. Провівши аналіз блогів з різною кількістю підписників, ми визначили їх місце для користувачів на регіональному рівні. Окрім цього, ми проаналізували функціональні можливості ведення блогів у соціальній мережі, а також визначили, що блоги мають різну класифікацію: за типом знакових систем, за типом авторства та за типом контенту.

Ми дійшли висновку, що у Чернігівській області фактично немає блогів, котрі б орієнтувалися виключно на сучасну літератури та її аспекти.

Проаналізувавши блоги такої тематики та звернувши увагу на певні недоліки, ми, у ході виконання завдання кваліфікаційної роботи, створили власний унікальний регіональний інстаграм-блог «Літературна Чернігівщина». Його унікальність полягає у відсутності реклами, введенню нових рубрик, котрі не висвітлюються у жодних інших блогах, та у систематизованій публікації інформації, котра полегшує сприйняття для користувачів.

Унікальними рубриками стали: «знайомство з письменниками», в якій ми подавали інформацію про сучасних молодих авторів Чернігівщини для популяризації їх творів на більше коло любителів літератури, «авторська поезія», де майстри пера і початківці декламують власну поезію, а також рубрика «огляд сучасної літератури», де у небанальній театралізованій формі робляться огляди книг сучасних чернігівських письменників.

Інстаграм-блог «Літературна Чернігівщина» створений з освітньою метою, щоб розповідати користувачам про насичене сучасне літературне життя регіону та для популяризації творчості місцевих авторів.

Також під час виконання завдання кваліфікаційної роботи ми створили концепцію власного інстаграм-блогу «Літературна Чернігівщина». Звернули увагу на те, які публікації користуються найбільшою популярністю та збирають значну кількість реакцій. На основі цих даних виникла певна рубрикація, сформульовано теми дописів та створено привабливе візуальне оформлення сторінки.

Ми також створили хештеги та спеціальні відмітки геолокації для полегшення пошуку для користувачів та просування наших дописів алгоритмами інстаграму, а також проаналізували всі можливості безкоштовного просування алгоритмів в інстаграмі. Всі ці аспекти вплинули на визначення цільової аудиторії, яка становить переважно молодіжне населення міста та області, зокрема студентів, котрі приїжджають на навчання до Чернігівських університетів. Вік нашої цільової аудиторії становить від 16 до 25 років, оскільки вони є найактивнішими користувачами соціальних мереж та у своїй більшості черпають інформацію саме звідти.

Наразі блог налічує шість рубрик та дві під-рубрики, такі як: знайомство з письменниками, анонси подій, авторська поезія, огляд сучасної літератури, поезія війни, декламування, коментарі та творчі батли. Кожна з рубрик має свій хештег та закріплена у актуальних сторіз (хайлайтс). Спираючись на статистику, яку пропонує соціальна мережа «Інстаграм», за останній місяць, наш блог, котрий наразі налічує 124 підписників, охопив більше 1 тис. користувачів соціальної мережі, що є чималим прогресом для нещодавно створеного блогу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Біловус Л., Яблонська Н., Гомотюк О. Блог як мовленнєвий жанр – еволюція епістолярного жанру. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації»* №17. Тернопіль, 2020. С 2-9.
2. Богорад А. В. Історичний аспект створення соціальних мереж. *Сучасні міжнародні відносини: актуальні питання теорії та практики: матеріали IV міжнародної науково-практичної конференції*. Київ: НАУ, 2024. С. 434-439.
3. Бойд Д. Це складно : соціальне життя мережевих підлітків. Нью-Гейвен: Видавництво Єльського університету, 2014. 296 с.
4. Василенко М. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі : дис. д-ра філол. наук : 10.01.08. Київ, 2007. 410 с
5. Васьківська О. Сучасний стан та перспективи розвитку соціальних мереж як платформи для журналістської діяльності. *Contemporary International Relations : Topical Highlights of Theory and Practice - 2023: the Monograph. Edited by Yu. Voloshyn, N. Vasylyshyna*. Warsaw : RS Global Sp . zo . O., 2023. 487 p.
6. Гнатишин С. Історіографія блогосфери: український та зарубіжний контекст. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2016. № 3. С.18-22.
7. Гончарук Т. Культурологія: Навчальний посібник. Тернопіль: Карт-бланш, 2004. 213 с.
8. Драчова А.В., Кондрико А. А. Специфіка контенту медіа в соціальних мережах. Соціальні комунікації: стратегічні взаємодія та взаємовплив: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції. Запоріжжя: ЗНУ, факультет журналістики, 2020. С. 73-79.
9. Карпенко В.О. Журналістика: Основи професійної комунікації. Навчальний посібник для вузів. Київ: Нора-прінт, 2002. С. 213-214.
10. Кузнецова О. Ідентичність блога і ЗМІ. *Теле- та радіожурналістика*. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2013. Випуск 12. С. 117-123.

11. Лебідь Н. Контент-план при SMM просуванні персонального бренда в соціальній мережі Інстаграм. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2019. № 2. С. 81-86.
12. Лось Й. Публіцистика й тенденції розвитку світу (львівська школа журналістики) : навч. посіб. Львів : Львів. нац. ун-т ім. І. Франка, 2007. 376 с.
13. Мельник М. В. Блог як жанр інтернет-комунікації. *Система і структура східнослов'янських мов: збірник наукових праць. Випуск 5*. Вид-во: НПУ ім. М.П. Драгоманова. Київ, 2012. С. 216-223.
14. Михайлова О. Блогосфера як інструмент соціокультурних трансформацій у сучасній Україні. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф. Кураса НАН України*. 2014. № 4/5 (72/73). С. 130–141.
15. Оніщенко О. Соціальні мережі як інструмент взаємовпливу влади та громадянського суспільства: монографія; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. Київ, 2014. 260 с.
16. Тонкіх І. Інтернет-журналістика. Жанри в інтернеті: навчальний посібник. Запоріжжя: ЗНТУ, 2017. 130 с.
17. Тонкіх І. Функції блогів на сайтах українських Інтернет-ЗМІ. *Діалог*. 2012. Вип.15. С 341-350.
18. Хацер Г. Дискурс блогінгу як особливий вид інтернет комунікації. *Нова філологія*. 2018. № 74. С. 93-97.
19. Шаповал Ю. Феномен журналістики: проблеми теорії. Рівне : РОСА, 2005. 248 с.
20. Щербина А. Соціокультурна регуляція у технологіях масової комунікації : монографія. Київ: Академвидав, 2013. 200 с.
21. Rosen J. Your Blog or Mine?. *The New York Times Magazine*. 2004. 19 December. P. 24.
22. Shynkarenko O. V. "CULTURAL TURNS" AS A REQUEST FOR CULTUROLOGY. *UKRAINIAN CULTURAL STUDIES*. 2019. No. 1 (2). P. 55–58. URL: [https://doi.org/10.17721/ucs.2018.1\(2\).13](https://doi.org/10.17721/ucs.2018.1(2).13) (дата звернення: 19.05.2024).

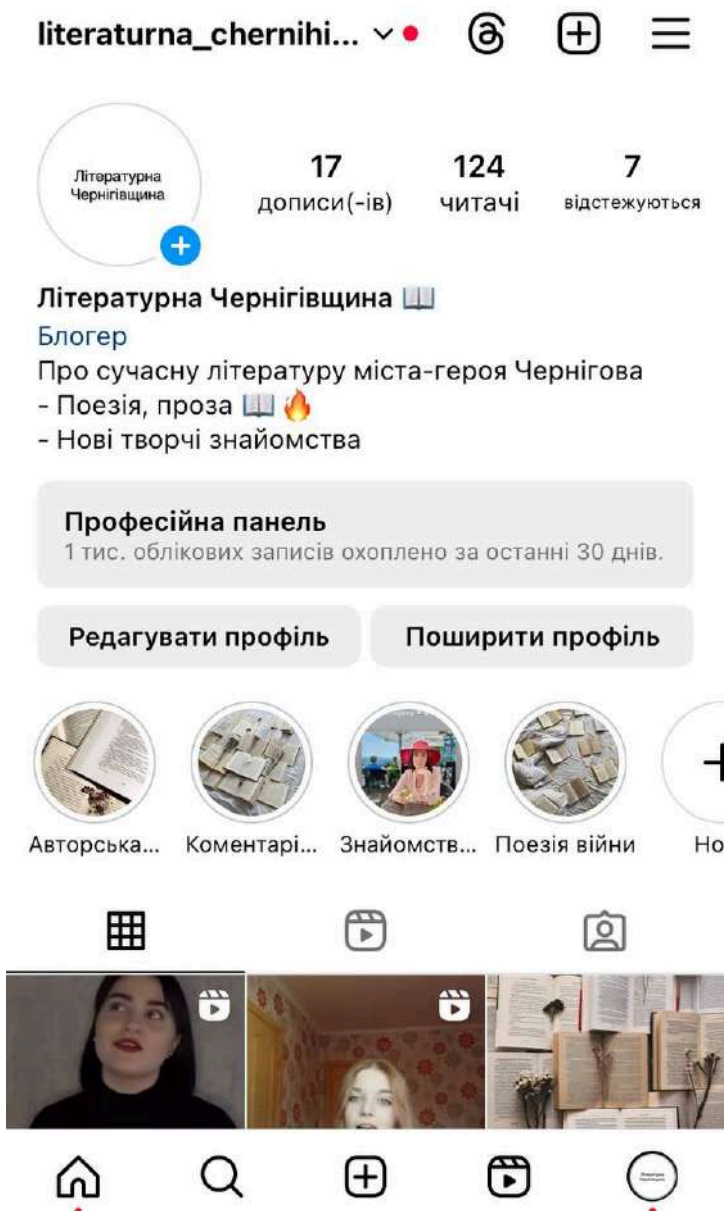
Електронні ресурси:

23. Ігор Меліхов (@ichzerowan). Instagram photos and videos. *Instagram*. URL: <https://www.instagram.com/ichzerowan?igsh=Y3NuOW82MHRqa203> (дата звернення: 08.05.2024).
24. Історія інтернету від ARPANET до сьогодні. UCloud. URL: <https://ucloud.ua/istoriya-internetu-vid-arpamet-do-sogodni/> (дата звернення: 08.05.2024).
25. Історія Instagram. Від картинок і хештегів до корпорації за 10 років – UAspectr. *Новини про технології та бізнес | UAspectr*. URL: <https://uaspectr.com/2020/10/22/istoriya-instagram/> (дата звернення: 08.05.2024).
26. Кошак О. М. «Transformation, prediction of development and expansion of an informative opportunities of the Ukraine broadcasting» PROCEEDINGS THE SEVENTH WORLD CONGRESS «AVIATION IN THE XXI-st CENTURY» («Safety in Aviation and Space Technologies»), September 19-21, 2016. – P. 7.2.9–7.2.14. URL: <http://congress.nau.edu.ua/doc/congress-2016/Congress2016.pdf> (дата звернення: 15.05.2024).
27. ЛюМ – Люди, об'єднані Мистецтвом (@lom.chernihiv). Instagram photos and videos. *Instagram*. URL: <https://www.instagram.com/lom.chernihiv?igsh=ajNleWtsbGFteG1o> (дата звернення: 10.05.2024).
28. Олександр Білогура (@_naberius_scriptor_). Instagram photos and videos. *Instagram*. URL: https://www.instagram.com/_naberius_scriptor_?igsh=cDN3MHpvYmgxYTdn (дата звернення: 12.05.2024).
29. Поетична спілка «Сіль» (@salt_ukraine). Instagram photos and videos. *Instagram*. URL: https://www.instagram.com/salt_ukraine?igsh=MTNkanN3d3M5eTI5bg== (дата звернення: 27.04.2024).
30. Хто і коли створив Інтернет ? Рінет . URL: <https://rinet.rv.ua/hto-i-koly-stvoryv-internet/> (дата звернення: 28.03.2024)

ДОДАТКИ

Додаток А

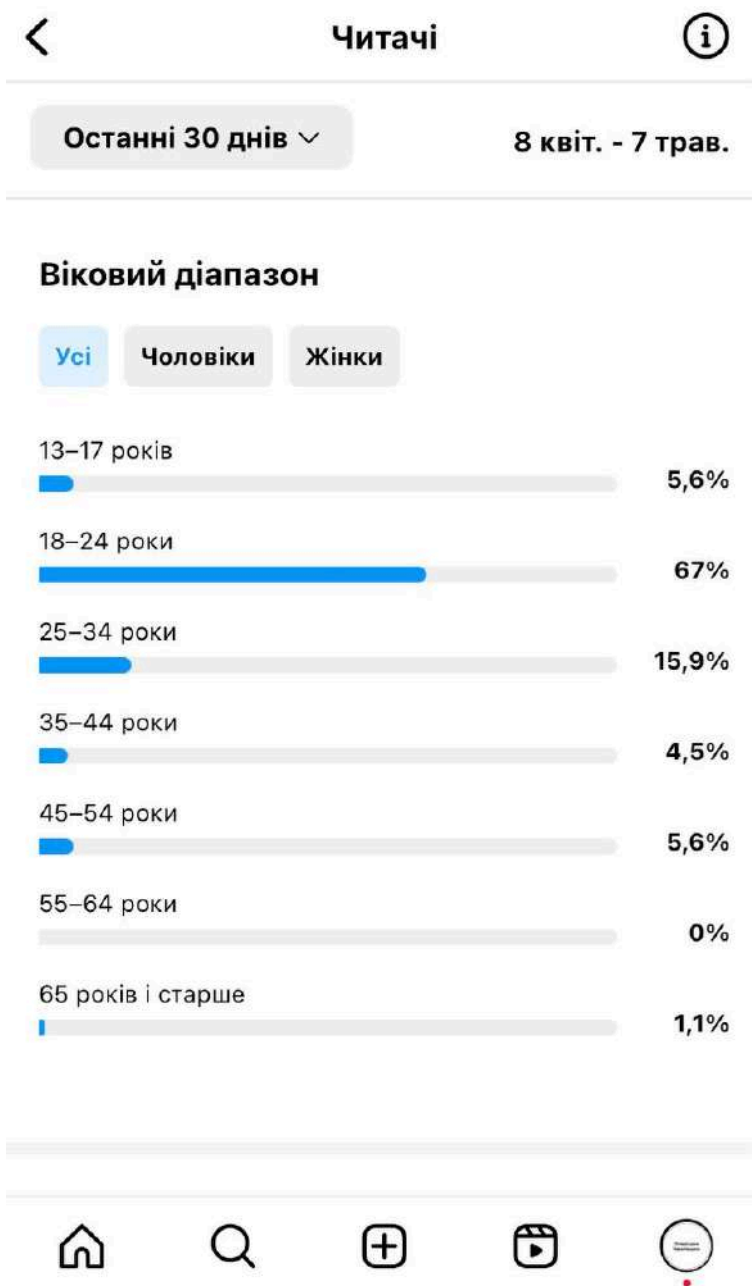
Загальний вигляд інстаграм-блогу «Літературна Чернігівщина»



Розроблено автором

Додаток Б

Аудиторія інстаграм-блогу «Літературна Чернігівщина»



Розроблено автором

Додаток В

Взаємодія з дописами на сторінці інстаграм-блогу «Літературна Чернігівщина»



Розроблено автором

Додаток Г

Охоплення контенту на сторінці інстаграм-блогу «Літературна Чернігівщина»

Охоплення ⓘ



Покази	142
З вкладки «Головна»	64
Інше джерело	47
З профілю	16
З вкладки «Цікаве»	15

Розроблено автором

Додаток Д

Охоплені облікові записи інстаграм-блогу «Літературна Чернігівщина»



Розроблено автором

Додаток Е

Приклад публікації на сторінці інстаграм-блогу «Літературна Чернігівщина»



[#знайомство_з_письменниками](#)

Анастасія Богорад - чернігівська поетеса, бандуристка, студентка НАУ. У 2017 році закінчила Чернігівську музичну школу №1 ім. Стефана Вільконського за класом «бандура». Свої перші поетичні рядки написала у 2014 році у віці 12 років під час виникнення збройного конфлікту на сході України.

З 2022 року почала розповсюджувати свої твори на широкий загал на своїй сторінці в Інстаграм та Тик-Ток. Брала активну участь у літературних заходах, що проходили у Чернігові, зокрема на “квартирниках” та “літературниках” на базі Агенції регіонального розвитку.

Продовження додатку Е

Окрім цього, долучилась до заходів поетичної спілки "Сіль». Наразі працює над створенням власної збірки поезії.

#чернігів #містогерой #молодийавтор #українськалітература #поезія
#проза #письменники #декламування

Розроблено автором