

УДК 316.472.4:004.774.6Блог+930.25](477):[316.7:303.446.2
DOI: 10.31866/2616-7654.15.2025.335083

БЛОГИ, БЛОГІНГ І АРХІВИ: ДОСВІД, ОСОБЛИВОСТІ, ПЕРСПЕКТИВИ

Валентина Бездрабко,
докторка історичних наук, професорка,
Київський національний університет
культури і мистецтв
(Київ, Україна)
e-mail: valentbez@gmail.com
ORCID ID: 0000-0003-3295-5277

Тетяна Новальська,
докторка історичних наук, професорка,
Київський національний університет
культури і мистецтв
(Київ, Україна)
e-mail: novalska@meta.ua
ORCID ID: 0000-0003-3093-3998

Для цитування:

Бездрабко, В., & Новальська, Т. (2025). Блоги, блогінг і архіви: досвід, особливості, перспективи. *Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук*, 15, 112–141. <https://doi.org/10.31866/2616-7654.15.2025.335083>

Мета статті – охарактеризувати корпоративні й персональні блоги в архівістиці, з'ясувати особливості галузевого блогінгу, специфіку архівного сегмента блогосфери; визначити переваги теорії культурних вимірів Г. Гофстеда як дослідницької парадигми вивчення архівного блогінгу, перспективи його розвитку в Україні.

Методи дослідження. У статті застосовано загальнонаукові (універсальні) і спеціальні методи, зокрема історико-хронологічний, термінологічний, аналітичний, синтетичний, емпірично-описовий, системний та узагальнення.

Наукова новизна. Досліджено блоги, блогінг і сегмент архівної галузі у блогосфері в українському інформаційно-комунікаційному контексті. Розглянуто специфіку корпоративних і персональних архівних блогів. Через призму теорії культурних вимірів Г. Гофстеда встановлено закономірно зумовлені особливості українського архівного мікроблогінгу та перспективи розвитку архівної складової блогосфери в Україні. Сформульовано рекомендації щодо розвитку архівного класичного блогінгу.

Основні висновки. Сутність корпоративних і персональних блогів в архівістиці полягає в оновленні форм комунікації між надавачами та користувачами архівних послуг, репрезентації для професійної спільноти і широкого загалу архівів, історико-культурної спадщини, інформаційних продуктів і послуг, актуалізації розв'язання та вирішення нагальних проблем галузі, підтримки фахових іміджу й освіти.

Особливості архівного блогінгу зумовлені специфікою розвитку архівістики, статусом архівів у суспільстві, державною інформаційною політикою. Від цього залежить зміст і форма блогу, готовність установи до встановлення комунікації, підтримки зворотного зв'язку, бажання досягати успіху.

Специфікою архівного сегмента української блогосфери є мікроблогінг. Архівні блоги класичного зразка відсутні. Нерозв'язаними залишаються питання галузевого унормування правил їх ведення, архівування та користування. Також в Україні відсутня традиція присудження блогам унікального міжнародного стандартного номера, що використовується для ідентифікації друкованого або електронного періодичного видання (ISSN).

Архівне блогінгознавство – важливий напрям можливих у перспективі студій, спрямованих на з'ясування значущості для підтримки й розвитку соціокомунікаційної активності архівів, що особливо значущо в умовах виняткових правових станів. Обравши теорію Г. Гофстеда дослідницькою парадигмою, здебільшого можливо з'ясувати основні риси та властивості архівного блогінгу, залежні від крос-культурних чинників, визначити його значення для розвитку галузі загалом.

Ключові слова: архів; блог; мікроблог; архівний блог; блогінг; блогер; блогосфера; теорія культурних вимірів Г. Гофстеда; архівна інформація; архівний документ; інформаційно-комунікаційні технології.

ВСТУП

Невід'ємною рисою сьогодення є віртуальна комунікація, яка суттєво потіснила традиційну письмову і навіть усну. За масштабністю впливу вона не має рівних. Сучасні форми спілкування – соціальні мережі, форуми, чати, емейли, онлайн-зустрічі і конференції – винагороджують шанувальників багатьма перевагами. Ідеться про одночасну вербальну й невербальну організацію тексту, можливість його гіпертекстуальної розбудови; інтерактивний зворотний зв'язок учасників комунікації; потенційно широку аудиторію реагування на контент і синхронне його творення; *полі*-логічність, -суб'єктність і -функційність віртуальної взаємодії.

Важливою платформою для реалізації соціокомунікаційних потреб є блогосфера, що об'єднує традиційні класичні блоги, мікроблоги, блогерів, а також аудиторію їх користувачів. За останні двадцять п'ять років блоги перетворилися на один із вагомих і популярних об'єктів (каналів, майданчиків і механізмів) соціальної комунікації. Архіви, освоюючи програми Web 2.0, успішно експериментували з ними, знаходячи відповідне застосування й вирішуючи професійні завдання. Узятий чверть століття тому українськими архівістами курс на технологічні, комунікаційні інновації детермінував поступ теорії і практики архівної справи, а узагальнення цього досвіду важливо для сьогодення, перспектив галузі, суспільства й держави.

ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДҐРУНТЯ

Теоретичні основи розвідки склали *концепції інформації та комунікації*, підвалини яких змуровано майже сторіччя тому. Ідеться про праці, пов'язані з вивченням природи інформації, її продукуванням, передачею різними каналами й засобами зв'язку та споживанням даних, їх значень у контексті можливих дискурсів: технічного, економічного, політичного, культурного, психологічного і т. ін.

Домінуючі міждисциплінарні моделі комунікації, що охоплюють розмаїття методів і підходів, так чи інакше повторюють і/чи доповнюють (але не заперечують) класичну формулу американського політолога, соціолога й теоретика комунікації Гарольда Ласвелла (Lasswell, 1948) із п'яти питальних слів: хто? що? як? кому? навіщо? (з яким ефектом?). Запропоновані згодом американськими математиками Клодом Шенноном і Ворреном Вівером (Shannon & Weaver, 1964), соціологами Теодором Ньюкомбом (Newcomb, 1950), Матильдою і Джоном Райлі (Riley & Riley, 1986), іншими дослідниками доповнення до моделі Г. Ласвелла в руслі теорій інформації та комунікації, попри різні критичні наративи, відгукнулися в науковому просторі новими ідеями. Висновки про інформаційні бар'єри, шуми (К. Шеннона, В. Вівера), особливості людської психології, заякороної в необхідності спілкування (Т. Ньюком-

ба), належність відправника та одержувача повідомлення одночасно до багатьох соціальних систем і залежність один від одного (М. і Дж. Райлі) мають важливе значення для розуміння механізму віртуальної комунікації.

Постмодерністський дискурс теорії комунікації представлений обширною історіографією, зокрема студіями французьких філософів Жана Бодріяра (2004), Жака Дерріди (2004), німецького інтелектуала Ганса Георга Гадамера (Gadamer, 1983) та ін. Вони розглядали текст як один із інформаційних об'єктів комунікації, узалежнюючи його від расових, гендерних, класових, вікових, професійних, соціальних категорій відмінностей. Учасники комунікації так само сприймалися «текстом», «інформацією», які при цьому набувають інших сенсів.

Перспективи теоретичного освоєння сучасних соціальних комунікацій відкривають праці Джона Стюарта (Stewart, 1991), який вважав, що вони розвиваються незалежно від цілей комуніканта, адже суб'єктність завжди прагне до ідентичності й пошуку подібності. Зроблені тут зауваги є важливими для розкриття змісту віртуальної комунікації, її об'єктів, суб'єктів, моделей реалізації, функцій і можливих значень. Інтенсивні роздуми про необхідність перегляду теорій і парадигм, які «змагаються» за домінування в гуманітарних, соціальних науках на зламі ХХ–ХХІ ст., демонструють численні підходи до комунікації поза можливостями їх інтеграції. Генерально фокус змістився з пошуку універсальної теоретичної моделі чи парадигми комунікації на з'ясування міждисциплінарних дослідницьких потенцій (Carter & Presnell, 1994). Це сформувало підґрунтя для розкриття її інтерактивної природи, що необхідно для розуміння особливостей комунікаційних процесів сьогодення.

Важливо також відзначити *теорію культурних вимірів* нідерландського соціолога, психолога Герта Гофстеда, що має значення для крос-культурного менеджменту (Hofstede, 2001). Він запропонував універсальну систему кількісного оцінювання культурних відмінностей між етносами, націями і країнами та їх впливу на управлінську культуру, продуктивність праці, економічний розвиток, політичну систему. Положення теорії Гофстеда, екстрапольовані на об'єкт дослідження, предметно розкривають особливості й перспективи архівного блогінгу залежно від особливостей професійної, національної культури загалом.

Мета статті – охарактеризувати корпоративні й персональні блоги в архівістиці, з'ясувати особливості галузевого блогінгу, специфіку архівного сегмента блогосфери; визначити переваги теорії культурних вимірів Г. Гофстеда як дослідницької парадигми вивчення архівного блогінгу, перспективи його розвитку в Україні.

МЕТОДИ ТА МАТЕРІАЛИ ДОСЛІДЖЕННЯ

У дослідженні використано загальнонаукові (універсальні) і спеціальні методи, зокрема історико-хронологічний, термінологічний, аналітичний, синтетичний, емпірично-описовий, системний та узагальнення. Історико-хронологічний метод сприяв розкриттю еволюції блогів, блогінгу як явища в контексті розвитку інформаційно-комунікаційних технологій. Термінологічний метод допоміг виявити зміст і значення понять «блог», «блогінг», «блогосфера» та уникнути неточності у визначенні об'єктно-предметної сфери дослідження. Методи аналізу й синтезу застосовано для з'ясування інформаційного потенціалу історіографічної, джерельної бази теми. Емпірично-описовий метод послугував репрезентації блогів.

Системний метод визначив студіювання архівних блогів у контексті галузі. Метод узагальнення сприяв формулюванню на підставі проведеного дослідження результатів, висновків і рекомендацій щодо розвитку архівного блогінгу в Україні.

Джерельну основу розвідки склали корпоративні та персональні блоги, мікро-блоги, присвячені архівістиці, публікації в наукових фахових виданнях, контент вебпорталів (сайтів), YouTube та інших мультифункціональних онлайн-платформ.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Лінгвістична основа однокореневих слів від англійського *blog* започаткована у другій половині 1990-х рр. Досить швидко у віртуальному дискурсі, крім *блогу*, з'явилися інші терміни й поняття: *блогер(-ка)*, *блогінг*, *блогосфера*, *блогрол* та ін. Їхні значеннєві засади окреслилися фактично одразу й оформилися в короткі дефініції, що миттєво проникли в ужиток тієї частини суспільства, для якої цифрові соціальні комунікації є повсякденним явищем і невід'ємною частиною життя.

Хрестоматійним є факт про походження слова *блог* шляхом конверсії від скороченого варіанта *weblog*, що означало вебжурнал. Автором терміна вважають Джорна Барджера, котрий запропонував вживати його для означення онлайн-журналу. Із 1999 р. без втрат для семантичної частини терміна Пітер Мергольц став популяризувати його скорочену форму, тобто «блог». Відтоді уявити цифрове середовище без цієї лексеми чи того, що вона означає, неможливо.

Початково блоги сприймалися і тлумачилися як онлайн-щоденники. Хоча точної вказівки на джерело цього факту не існує, утім із тексту в текст перекочує твердження, що 1994 р. американський студент Джастін Голл започаткував один із перших блогів «Justin's Links from the Underground» за адресою *links.net*, який представляв собою простенького формату особистий сайт, де він ділився власною життєвою історією, думками, досвідом і корисними посиланнями на різні сайти (Hall, n.d.; Justin's Home Page, n.d.). Щоправда, існує й інший погляд на піонерство в блогінгу, згідно з яким першопроходцем варто вважати Роба Палмера (Palmer, 2022), котрий оприлюднив онлайн-записи на півроку раніше від Джастіна Голла – у червні 1993 р.

Додаткове студіювання питання про те, хто став першим блогером, породжує більше запитань, ніж відповідей, які варіюються залежно від термінологічних визначень блогу. Авторитетна енциклопедія Britannica, акцентуючи увагу на різниці дефініцій поняття, пропонує толерантне вирішення питання і містить ряд прізвиськ, які так само можуть претендувати на те, щоб називатися першим блогером у світі, зазначаючи при цьому різні дати появи цього явища (Dennis, n.d.).

Існує також і радикальний розв'язок дискусії про те, кого слід (чи можна) називати батьком блогінгу. Ідеться про те, щоб таким вважати британського фахівця з інформатики, «інтелектуального батька» World Wide Web та базового протоколу, який зробив інтернет доступним, Тіма Бернерса-Лі (*Tim Berners-Lee: Begründer*, n.d.; *Tim Berners-Lee*, n.d.). Спочатку відомий дослідник, авторитет якого у сфері цифрових комунікацій беззаперечний, 1989 р. запропонував систему WWW, перші специфікації для URL, HTTP, HTML, а згодом, наприкінці 1991 р., написав перші веббраузер, сервер і вебсторінку (*Where do I send*, n.d.). Він – автор першого вебсайту в історії людства, де, починаючи із грудня 1991 р., стали оприлюднюватися новини спочатку приватно, а згодом – для широкого загалу. У січні 1993 р. у загальному доступі з'явився перший у світі вебсайт за лінком: <http://info.cern.ch>.

На цих засадах, наприклад, подається інформація в онлайн-версії енциклопедії Britannica, а також на українськомовній сторінці Вікіпедії, присвяченій блогу. Те, що починалося просто як онлайн-щоденник, сьогодні перетворилося на потужний інструмент цифрової епохи.

Сучасні термінологічні словники тлумачать блог як: 1) часто оновлюваний вебсайт, зазвичай керований однією людиною, контент якого складається із особистих або корпоративних спостережень, роздумів, новин, розташованих у хронологічному порядку, уривків (витягів) із інших джерел, гіперпосилань на інші сайти, споряджений маркетинговими інструментами тощо; 2) онлайн-журнал чи щоденник (Quotation, n.d.).

При всьому розмаїтті тлумачень блогу спільними для дефініцій є кілька моментів. По-перше, це з певною періодичністю *оприлюднення дописів*; по-друге, *авторські тексти* (на кшталт думок, роздумів, досвіду тощо); по-третє, *читацька аудиторія* як основа для цільових настанов автора (чи авторів); по-четверте, *візуалізація інформації та додатковий до основного текст публікації*, який споряджено гіперпосиланнями, можливостями для зворотного зв'язку (коментарі, система «питання – відповідь») (Blog, n.d.-a). Також у новітніх тлумаченнях блогу віддзеркалився той факт, що він може бути частиною корпоративної вебкультури й управлятися колективно.

Крім того, багато дефініцій, які існують на сьогодні, містять у визначенні одну важливу особливість цього явища – типовий субкультурний «шарм» спілкування у блогосфері. Тому *не* зовсім (або: зовсім *не*) властиві для наукового тексту дефініції блогу на кшталт «розмови», «теревені» ні про що або ж «про мільйони різних речей» (Quotation, n.d.), «осередок обміну чутками», яким курирують товариства «розумних і технічно підкованих людей» (Blog, n.d.-b), видаються частиною специфічної естетики, культури блогінгу, що не потребують додаткових роз'яснень і є очевидними. Ведення блогу відрізняється своєрідним стилем і змістом викладу (Merriam-Webster, n.d.-b).

Зауважимо, що під *блогінгом* розуміють не лише діяльність, пов'язану з веденням онлайн-щоденника (Friedman, 2020) (дещо застаріле значення терміна), але й опосередковану блогом комунікацію автора чи комуніканта з читацькою аудиторією (зі зворотним зв'язком). Водночас середовище, створене із блогів будь-якого типу, разом із динамічною «екосистемою» блогерів і читачів (а також блогерів-читачів і читачів-блогерів) утворюють *блогосферу* (Nicole, 2024). Блогери створюють контент зі сподіванням інформувати, розважати, надихати читацьку аудиторію, вибудовуючи з нею через механізм відповідей і коментарів або ж іншим чином необхідну для успіху взаємодію.

Блоги з'явилися раніше соціальних мереж і контент-центрів (Siever, 2025). До їх поширення в інформаційному просторі вони перебували в zenіті популярності. І вже 2004 р. «блог» в англomовному середовищі стало словом року (Merriam-Webster, n.d.-a). Але й нині, незважаючи на масовість користування соціальними мережами, їх популярність залишається стабільно високою. У США, приміром, блоги є важливою частиною контент-маркетингу, зовнішньої комунікації (Sprung, 2024). На переконання провідних фахівців, вони можуть стати справжніми перлинами SEO, цінність яких при ретельно підібраній стратегії безперечна. Станом на 01.04.2025 року статтю під назвою «Блог» у Вільній е-енциклопедії (Вікіпедії) представлено 121 мовою, що

є показовим моментом популярності, цікавості до блогів і масштабності презентації інформації про це явище принаймні загального змісту (Блог, б.д.).

Більш ніж тридцятирічна історія блогу змінила його загальні характеристики, культуру, запити та вимоги читачів. Недавні статистичні дослідження свідчать, що понад 60 % користувачів інтернету постійно читають блоги (Santifgo, 2023), ще 77 % щодня їх переглядають (Ong, 2024). Також тримається тенденція зростання кількості читачів блогів у світі загалом і в окремих його регіонах (*Share of young people*, n.d.). За даними платформ WordPress, Blogger, Tumblr, Medium та особистих сайтів, станом на 01.04.2024 р. у світі існувало понад 600 млн блогів (Sprung, 2024). На сьогодні кожен третій вебсайт є блогом (Sprung, 2024). 33 % виробництва контенту в 2023 р. у світі припадало на блоги (Sprung, 2024). Близько 200 млн осіб активно ведуть власні блоги тієї чи іншої форми. Якщо ж сюди додати тих, хто час від часу робить публікації, але не є професійним блогером, то тоді кількість учасників блогосфери буде значно більшою. Звичайно, це лише цифри, однак вони красномовніші за будь-які твердження поза ними.

Тож блог може бути щоденником, «вітриною» установи, бізнесу чи платформою для спілкування з однодумцями (Siever, 2025). Його обов'язкові основні атрибути: допис і можливий до нього коментар (емоційний, аналітичний, погоджувальний, заперечувальний); «вікно» для миттєвого меседжа. Характерними рисами блогів є: інтерактивність (можливість спілкуватися в чаті, залишати коментарі до посту, ставити запитання й отримувати відповіді); гнучкість структури відповідно до запитів блогера; мультимедіа (зображення, відео, графіка тощо). Візуалізований різним чином контент також має піддаватися критичному осмисленню і компетентній подачі.

Типовий допис блогу складається із заголовку, вступу, основної частини в кілька абзаців і висновків чи резюме. Вступ відповідно до жанру публікації визначає рамки тексту, а висновок містить рекомендації й тези викладу. Переважна частина блогів не вирізняється довгими текстами. Однак останнім часом у світі зростає популярність повноцінних наративів, що пояснюється багатьма чинниками, зокрема втомою від лавини коротких текстів. Для комфортнішого читання дописів використовують аудіовізуальну інформацію, зокрема фото, відео, інфографіку, подкасти, інші мультимедійні елементи.

Блоги не є односторонніми каналами комунікації. Опції «Коментарі», «Запитання», «Зворотний зв'язок» – це додаткові професійні контакти, ведення діалогу, як наслідок, можливе розширення бачення проблеми та інші переваги спілкування з колегами або людьми, віддаленими від фаху блогера, а тому менш заангажованими. Врахування потреб цільової групи прямо впливає на успішність блогу (Hofmann, n.d.).

Опції «Архів дописів», «Пошук», «Ключові слова», «Хмара тегів», посилання на соціальні мережі значно розширюють можливості задовольняти інформаційні потреби читачів, взаємодіяти із блогером та поміж собою, формуючи тим самим відчуття спільноти, що в умовах фактично «атомарного» існування людини, інших екзистенційних викликів є важливим. Ключові слова до блогу підвищують видимість публікацій у пошукових системах, а панелі зі знаками соціальних мереж дозволяють ділитися дописами на інших платформах (Nicole, 2024). Тригерні генеральні лексеми гарантують сильну емоційну реакцію читачів («Die

Psychologie», 2025). Завдяки ключовим словам і посиланням блог виступає потужним SEO-симулятором.

Отже, для успішності блогу важливі: мета існування; тематика дописів (постів); стиль написання й ведення (інтригуюча назва, привабливий тизер, короткі речення, змістовність, розташування ключових слів у тексті); використання авторських або ж із посиланням на інших зображень і відео; просування блогу на різних онлайн-платформах (Lagler, 2024).

Для дизайну інтерфейсу також має значення колірна палітра. Кольори створюють емоційний резонанс читачкої аудиторії: теплі червоний і жовтий – привертають увагу, а синій і зелений – збалансовують читачкі враження і відчуття. Важливим моментом є вміння компоновання візуальних об'єктів, окремих елементів сторінки. Як вважає засновниця проєкту bloggerabc, експертка з питань маркетингу в соціальних мережах Даніела Шпрунг (D. Sprung), у таких випадках діє «правило третин» (умовного поділу сторінки на третини), що спрямовує погляд читачів у потрібному руслі (Sprung, 2024; Bloggerabc, n.d.).

На думку знаної німецької вебдизайнерки Ані Фріч (A. Fritsch), основними тенденціями інтерфейсу блогів у цьому році є: проєктування їх на основі штучного інтелекту; графічний дизайн із футуристичними, кіберпанківськими сюжетами, темами Y3K, захоплююча естетика та домінуюча темна тема для стильності й екології читання; інтерактивні технології, зокрема LottieFiles, WebGL для динамічної та вражаючої анімації; чітка типографіка для мінімалістичного вигляду текстів тощо (Fritsch, 2025). Яскраві неонові кольори, голографічні спецефекти, абстрактні форми і надсучасна графіка, цифровий сюрреалізм створюють особливу естетику інтерфейсів блогів, власники яких цінують тренди.

Отже, блог і блогінг стали помітною складовою нашого часу, міцно увійшовши в життя пересічних осіб та тих, хто займається цим професійно. У 2010-х рр. в українському науковому просторі з'явилися перші обширні студії, присвячені цьому явищу, зокрема дисертації А. Досенко (2011), С. Зайцевої (2015), О. Землякової (2010), О. Михайлової (2016), К. Плещенка (2014), І. Пожидаєвої (2013), І. Тиرون (2014) та ін. Українська художня література поповнилася різного жанру «онлайн-текстами на папері» (Бердинських, 2014; Вінницький блогер № 2, 2018; Дністровий, 2010; Жук, 2024; Винничук та ін., 2015), а освітні програми закладів вищої освіти – оригінальними пропозиціями та навчально-методичними працями (Басов та ін., 2018; Рудик, 2022). До всього ж, блогінг, блоги, блогери стали невід'ємною частиною масової культури (документальні (Mars, 2023), художні (Harder, 2022; Spicer, 2017; Ephron, 2009; Coppola, 2020; Dubois, 2011; Kapnek, 2014; Macdonald, 2009; von Horn, 2020) фільми; телевізійні серіали (van Aart, 2022), побутового повсякдення (посуд, аксесуари, одяг із зображенням і відповідними надписами (Рис. 1–6)), а їхні жаргонізми (Robinson, 2025; *Retrouvez tout le*, n.d.; Churt, 2022; Stewart, 1991) – не просто одиницею інформації, але й віддзеркаленням субкультурного мислення, суспільної взаємодії, комунікації. Отже, повторимося за класиком української поезії Юрієм Іздриком (2018), «вже ніколи не буде так, як раніше», оскільки блоги змінили інформаційний простір, соціальну комунікацію та безпосередньо її дійових осіб.

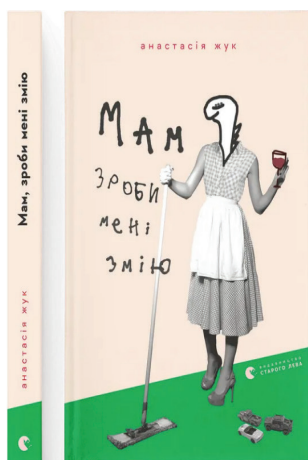


Рис. 1. Обкладинка книжки Анастасії Жук «Мам, зроби мені змію» (зібрання дописів блогу про материнство), 2024 р. (Жук, 2024)

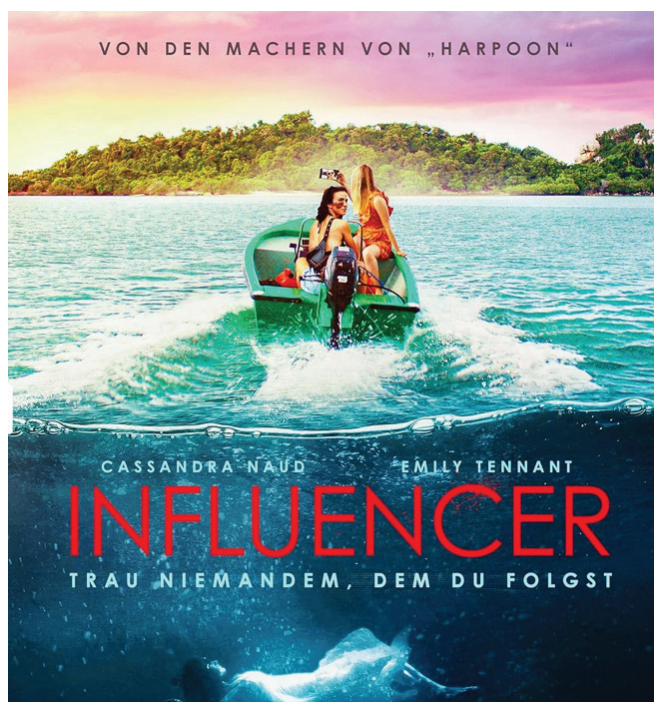


Рис. 2. Постер фільму «Інфлюенсер», 2022 р. (Harder, 2022)



Рис. 3. Футболка із написом «Я – інфлюенсерка. Я маю підписників»
(*Influencer T-Shirt für Kinder, n.d.*)



Рис. 4. Чашка з написом «Блогер» (*La Blogger, n.d.*)



Рис. 5. Подарункові аксесуари для блогера (*Blogger Geschenk*, n.d.)



Рис. 6. Кадр із мультиплікаційного фільму «Блогер у біді».
Напис на табличці: «Блоги про все, що завгодно. За гроші»
(*Social Media Cartoon*, n.d.)

Одним із найскладніших теоретичних питань, акцентованих на блогах, є їх класифікування. Сьогодні фахівці запропонували різні варіанти диференціації чи типологічної інтеграції блогів (Elgersma & Rijke, 2008; Haim, 2025; Hoffmann, 2012; Ni et al., 2007; Qu et al., 2006; Srba & Bielikova, 2016; Virik et al., 2016). Найпопулярнішими з них є ті, що орієнтовані на особливості контенту й авторство. Посилаючись на це, фахівці виокремлюють такі дихотомічні пари: корпоративні/особисті (персональні); професійні/любительські; загальні/нішеві; інформативні/афективні (або емотивні) та ін. Вебінструменти дозволяють проводити блискавичний аналіз контенту, синтезуючи інформацію про його структуру, тематику, лексичні, морфологічні, синтаксичні, авторсько-психологічні та інші відмінності.

Розглянувши напрацювання із класифікування блогів, оберімо ті, що орієнтовані на автора-власника контенту. Йдеться про виокремлення із них таких кластерів: корпоративні й особисті (чи персональні). Найпростіший дихотомічний поділ за *авторським* критерієм (або критерієм належності) при системному підході доповнюється сукупністю підсистем, які можна виокремити об'єктивно й евристично, керуючись прагматичністю пізнання та універсальністю практик. Представлення автора блогу залежить від конкретних налаштувань вебплатформ, на яких він створений та обслуговується. Це відкриває, безперечно, широкі можливості для варіацій, а також канонізує окремі обов'язкові опції їх виконання (*Create and manage*, 2025). Тож *автором* може бути юридична/фізична особа, котра є власницею блогу, здійснює наповнення контенту та керує ним. *Співавторами*, на думку віце-президентки Wise Ink Media Ханни Келдбйєрг (Kjeldbjerg, 2025), резонно вважати коментаторів дописів, творчих, професійних, фінансових чи інших конкурентів автора блогу.

Загалом авторський маркетинг залишається одним зі злободенних напрямів розвитку блогу. Можливості іменного (особистого) брендингу, онлайн-інструментів, генераторів продуктивності автора, результативні професійні практики письма й ін. теми доволі широко представлені в публікаціях знаних зарубіжних та українських експертів (Кузнецова, 2023; «12 ідей», 2025; Morgan, n.d.; The Write Practice, n.d.; Writers helping writers, n.d.). Фронтальні міркування про це репрезентовано в розвідках О. Михайлової (2014, 2016), Ю. Половинчак (2015), В. Недбая (2009, 2014) та ін., у яких описано класичні засади функціонування блогів у цифровому просторі, їхню специфіку як інформаційних ресурсів.

А от корпоративний чи особистий блогінг у бібліотечній, музейній або ж архівній галузі – дискурс, дещо обділений увагою дослідників. Найбільше з цього переліку пощастило бібліотечній галузі, представники якої доволі часто виступають рушіями багатьох прогресивних починань, пов'язаних із соціальними комунікаціями, та потужними адептами інформаційних технологій у закладах культури (Адаменко, 2017); (Грет, 2014); (Пригорницька, 2014); (Трачук, 2012). На думку німецької блогерки-експертки із соціальних медіа Марлен Гофман (M. Hofmann), архівний і музейний блогінг перебувають далеко не у вигірній позиції, порівнюючи із бібліотечним (Hofmann, 2014). Важко не погодитися із цим твердженням, хоча, зрозуміло, кількісні та якісні показники успішності архівного або музейного блогінгу в західноєвропейському, американському чи будь-якому іншому географічному контекстах можуть відрізнятися та по-різному співвідноситися.

Тож при всій різноманітності блогів предметну зацікавленість склали ті, що належать українським архівним установам, архівістам або ж працівникам архівної галузі чи дотичних до неї сфер. Зазначена тут цільова рамка оберігає об'єктно-предметну сферу розвідки від «розщеплення» до безкінечності та позбавляє читачів марних очікувань.

Окремі аспекти архівного блогінгу в Україні розглядалися у студіях В. Бездрабко (2021), О. Левчук (2020) та ін. Подана ними статистика важлива, аби зробити висновок про динаміку архівного блогінгу. У працях також представлено докладний тематичний зріз публікацій дописів архівних мікроблогів, визначено основні тенденції і перспективи їх розвитку.

На сьогодні Державна архівна служба України (Укрдержархів) як орган виконавчої влади, центральні й обласні державні, галузеві, міські архіви та архіви територіальних громад, науково-дослідні інститути, що перебувають у підпорядкуванні Укрдержархіву, не мають блогів класичного зразка. Щоправда, пошуковий запит на офіційному вебпорталі Державної архівної служби України за ключовим словом «блог» видає 7 позицій, 4 з яких присвячено публікаціям із зарубіжної україніки. Є також опція з однойменною назвою «Блог», при відкритті якої маємо перехідні посилання на соціальні мережі, зокрема Facebook, X, LinkedIn, Google+, Instagram, YouTube (Рис. 7).

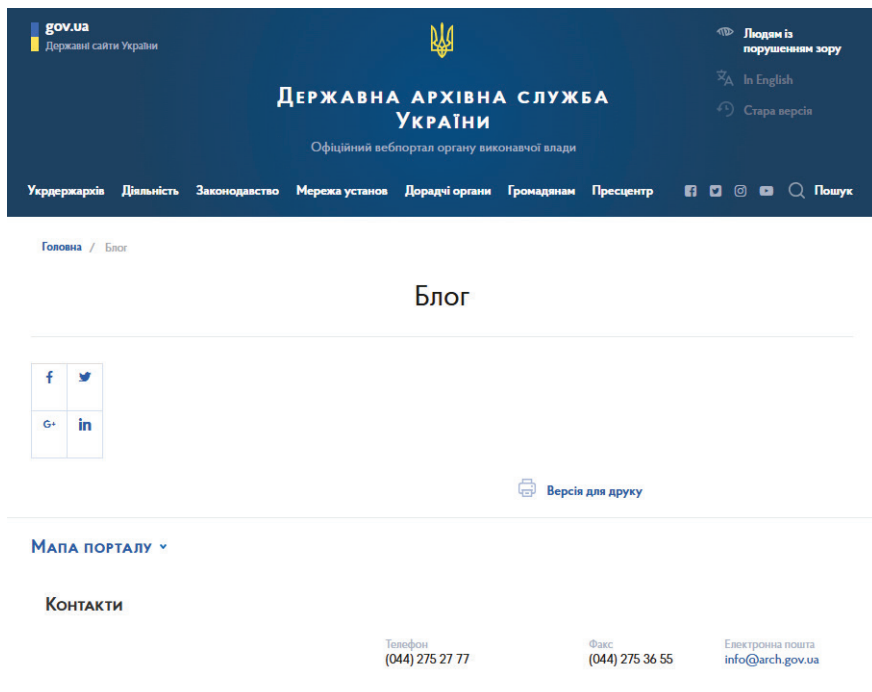


Рис. 7. Скріншот зі сторінки офіційного вебпорталу
Державної архівної служби України, квітень 2025 р.
(Державна архівна служба України, б.д.)

Відзначимо також, що Укрдержархів, центральні, обласні державні архіви, інші архівні установи мають власні сторінки в соціальних мережах, тобто мікроблоги, контент яких із певною періодичністю оновлюється, доповнюється і жанрово збагачується дописами різної тематики, тексти інформативно візуалізуються, підтримується зворотний зв'язок, практика коментувань, інші елементи комунікаційної маркетингової стратегії. Традиційними позиціями загальної характеристики мікроблогу є: дата заснування; кількість підписників і щотижневих повідомлень, дописів; жанрово-видовий зміст постів (Бездрабко, 2021, с. 20).

Найпопулярнішою платформою мікроблогінгу архівних установ залишається Facebook, а кількість підписників тут за останні роки помітно зросла (Рис. 8). У поданій нижче діаграмі зафіксовано показники кількості підписників станом на 01.08.2021 р. та 01.04.2025 р. Майже в 4 і 6 разів розширилася аудиторія шанувальників мікроблогів Укрдержархіву й Українського науково-дослідного інституту архівної справи та документознавства відповідно. Мікроблоги центральних державних архівів, що функціонують у Facebook, так само демонструють високу динаміку й темп приросту показників кількості підписників.



Рис. 8. Динаміка зростання кількості підписників архівних мікроблогів на платформі Facebook упродовж 2021–2025 рр.

(Ряд 1 – станом на 01.08.2021 р., Ряд 2 – станом на 01.04.2025 р.).

Діаграма укладена авторами

Це зробило їх більш видимими в інформаційному просторі, а отже, соціально впливовішими. Безперечно, цілеспрямована політика Укрдержархіву, а також особиста позиція голови служби А. Хромова, котрий проводить діяльну (і дійову) медійну дипломатію, сфокусовані на популяризації архівів, архівної справи та фаху, також позначилися на цьому. Із-поміж чинників зазначимо зростання якості контенту,

його релевантності, інформативності, точності, читабельності. Послугування, крім органічного трафіка, ще й мікроблогами галузевих партнерів, співпраця з ними завдяки соціальним мережам, медіа значно розширили читацьку аудиторію, поступово нарощуючи її доброзичливість до архівної галузі та підтримку. Коментуючи тематику мікроблогів, відзначимо домінування новин про архіви, архівні заходи (виставки, зустрічі, конференції), публікування цифрових копій документів.

Звичайно, динамічні зміни архітектури, контенту інформаційного простору, модифікацій його технологічних умов функціонування, недовговічність вебінструментів, що стрімко морально зношуються, вимагають гнучкості стратегій і тактичних дій для реалізації головної мети архівного блогінгу – підтримки інтересу читачів заради галузі.

Крім мікроблогів архівних установ, укажемо на сторінки в соціальних мережах професійних істориків, архівістів і любителів архівної справи, які з різною періодичністю оприлюднюють тематичні дописи, що демонструють залученість до дослідницьких практик і популяризації архівної спадщини, високу громадянську позицію й небайдужість до архівів. Такими є, наприклад, мікроблоги авторів цифрового контенту Ярослава Калакури (б.д.), Соф'ї Каменевої (б.д.), Лариси Левченко (Levchenko, б.д.), Володимира Маслійчука (б.д.), Олексія Новікова (б.д.), Андрія Парамонова (Paramonov, б.д.), Оксани Юркової (б.д.), Анатолія Хромова (Khromov, б.д.), а також профільних груп «Доступ до архівів» (б.д.), «Дослідження в архівах України» (б.д.), HISTORIANS.IN.UA (б.д.), Спілки архівістів України (б.д.), кафедр, що займаються підготовкою фахівців із навчальної спеціальності «Бібліотечна, інформаційна та архівна справа», і т. ін.

Для вивчення якісних параметрів архівного мікроблогінгу прийнятною методологічною основою, на нашу думку, може бути *теорія культурних вимірів Г. Гофстеда*. Передусім вона може стати опертям для вивчення корпоративних блогів. Головна її ідея полягає в тому, що існують критично важливі категорії, цінності, які є визначальними для поступу суспільств, держав і загалом людства. Ідеться про індивідуалізм/колективізм; мотивацію до досягнень та успіху; дистанціювання влади; уникнення невизначеності, тобто стабільність; довгострокову або короткострокову орієнтації; індекс щастя (поблажливість/стриманість). Керуючись засадничими принципами культурної та міжкультурної психології, видатний соціолог твердив, що історично сформовані зв'язки між розвитком соціуму та окремого його індивіду, між культурою та способом індивідуального й колективного мислення є визначальними для наших вчинків, дій, а головне – вибору. Саме ці виміри, на думку вченого, формують нас і все, що з нами пов'язано (Hofstede, n.d.). Згідно з вибором цінностей, ми є тими, ким є, і маємо той досвід, який одержали завдяки власним волі й наданню переваг. Від цього залежить усе, з чим ми маємо справу, і те, чим ми займаємося. Розглянемо децю докладніше виокремлені ученим категорії в руслі нашого наукового інтересу.

По-перше, важливе значення для блогінгу має **індекс дистанціювання влади**. Мова йде про особливості стосунків між керівництвом, менеджерами архівної служби чи архівних установ, підрозділів (і далі по низхідній лінії) і підлеглими, з одного боку, а з іншого, між Укрдержархівом і центральними органами виконавчої влади, Кабінетом Міністрів України. Тобто йдеться про готовність тих, хто в ієрархії влади перебуває на верхніх щаблях, чути думку підлеглих та реагувати

на неї. Поважне ставлення менеджера вищого рангу до думки пересічного архівіста чи будь-якої особи, відкритість до реальної співпраці з ними є важливим моментом у розумінні поведінки, мотивів ухвалення організаційних рішень, зокрема на користь заснування, підтримки блогу, вибору редактора, визначення редакторської політики, цільових установок щодо культури спілкування з читачами, формування традицій зворотного зв'язку, тону коментарів, звички відповідати чи залишати запитання, репліки поза увагою тощо. Продуктивний діалог між авторами дописів та його читачами – головний мотив побутування блогу. Проте без реакції або за умов негативного реагування на співавторів (коментаторів) втрачається не лише ефективність його функціонування, але і сенс існування.

Коментуючи дистанціювання влади, зробимо також ще одне слушне зауваження. Керівний персонал Укрдержархіву, директори українських центральних, обласних державних архівів, завідувачі відділів, секторів, наприклад, є державними службовцями, що передбачає неухильне дотримання ними положень Закону України «Про державну службу» (Верховна Рада України, 2015), «Етичного кодексу державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування» (Національне агентство України з питань державної служби, 2019). При цьому керівники архівів практично всі вихідці з «архівної системи», тобто є професійними архівістами. Це створює виняткову ситуацію глибинного розуміння керівним «ешелоном» механізму функціонування архіву, його повсякденних потреб, стратегічно пріоритетних завдань, чіткого бачення шляхів їх реалізації. Поеднання в архівній установі двох професійних культур – державного службовця й архівіста, безперечно, відіграє важливу роль у мінімізації індексу дистанціювання влади.

По-друге, характерною рисою архівної галузі України є історично зумовлений **колективізм**, коли інтереси колективу понад усе. Це впливає на ухвалення управлінських рішень. Збереження професійної команди, а особливо у виняткових правових умовах, ускладнених кадровим «голодом», – прерогатива будь-якого менеджера. За таких обставин архів стає «монолітом», що додає архівній системі також консерватизму. Останній виступає в ролі «гаранта» стабільності. Тому, наприклад, ми багато пишемо про архіви чи бібліотеки в умовах війни, проте мало обговорюємо тему «Архівіст (або бібліотекар) у надзвичайних умовах», а в новинах про архіви, бібліотеки «губляться» їх працівники. І це доволі показово для тих культур, які обирають колективізм.

По-третє, **гендерний аспект** відчутно впливає на психологію спілкування і психоемоційний мікроклімат у колективі. Станом на 01.01.2025 р. точної загальної кількості працівників архівних установ в Україні, а також даних про їх поділ за ознакою статі в офіційних статистичних джерелах не оприлюднено. Проте архівна галузь традиційно вважається «жіночою» за принципом переважання статі в кадровому складі. Масова поява жіноцтва на ринку праці на початку ХХ ст. спонукала його орієнтуватися на ті сфери, які поступово полишали чоловіки через низький рівень заробітної плати або інші чинники. Тоді ж жінки з'явилися в архівах, а з часом склали більший відсоток від загальної кількості їх працівників.

Сучасні знання засвідчують вплив гендерних характеристик на соціальну поведінку людей. Про це багато написано і сказано, а останнім часом дослідники через завантаження у «хмари» даних (передусім організаційно-розпорядчої, планової та звітної документації) про діяльність тієї чи іншої установи намагаються

дізнатися в ШІ її гендерний портрет та порівняти машинний результат із вихідними даними. Подібні експерименти проводяться не заради розваги, а з метою з'ясування оптимальної моделі командної роботи з найвищими коефіцієнтами продуктивності та її специфіки, залежно від домінуючої статі.

Переважаання жіноцтва в колективі робить його менш претензійним, скромнішим і консервативнішим (Lian, 2015). Зауважимо також, що архівні колективи за ознакою статі мають змішану природу. На думку фахівців із поведінкової економіки Доротеї Кюблер і Радосвети Іванової-Штенцель, колективи з гендерною різноманітністю працюють ефективніше, ніж інші (Ivanova-Stenzel & Kübler, 2005). Звичайно, зважати слід також на інші чинники, наприклад, який відсоток чоловіків, жінок перебувають на керівних посадах, співвідношення представників обох статей загалом і в міні-командах, вікові показники тощо. Все це разом впливає на внутрішню та зовнішню професійну комунікацію. Тож гендерний портрет архіву, стаття автора наративу впливають так само на контент блогу та психологію спілкування з його читачами.

По-четверте, складні умови існування архівів (дефіцит кадрів, хронічне недофінансування, застаріла матеріально-технічна база та ін.) спонукають першочергово вирішувати поточні питання, часто діяти ситуативно. **Короткострокові ефекти** виявляються популярнішими, ніж довгострокові стратегічні плани галузі. До всього шестиразова зміна де-юре керівництва вищого органу виконавчої влади галузі лише за останні 20 років так само розбалансувала співвідношення між коротко- і довгостроковою перспективами стратегії розвитку архівістики в Україні. Динаміка позитивних зрушень у цьому напрямі була загальмована в лютому 2022 р., оскільки російська агресія проти України потребувала ситуативного (знову ж таки) реагування.

Якісний блог потребує величезних організаційних, інтелектуальних зусиль, часу, продуманого та спланованого бачення перспектив еволюції, професійних кадрів, правил і положень його функціонування, належного фінансування. Наслідки і результати блогінгу для архівної установи, як і для будь-якої іншої, відчуються не відразу. До всього швидкість розвитку інформаційно-комунікаційних технологій породжує ризики, пов'язані зі стійкістю блогів.

По-п'яте, **уникнення** навіть тимчасової **невизначеності**, притаманне загалом архівістиці, незалежно від географії й регіону чи історичних традицій, через консерватизм галузі уповільнює природним чином упровадження інновацій будь-якого кшталту. Тому перші архівні мікроблоги з'явилися в Україні на початку 2010-х рр., а для масового їх поширення знадобилося майже десятиліття.

По-шосте, **індекс стриманості** (або щастя), тобто наскільки кожен із нас може дозволити собі переживати публічно (чи приховано) радість, емпатію, бути задоволеним власним і суспільним добробутом, станом навколишнього середовища, перспективами персонального розвитку та ін. аспектами життя. Високий рівень стриманості властивий для суспільств, які завдяки встановленим соціальним нормам чітко регламентують і регулюють свободу дій, реалізацію устремлінь громадян. Основними соціальними рисами за таких умов є: відсутність в особі відчуття контролю над власним життям; мала ініціативність; занижена «планка очікувань»; пріоритетність роботи, порівнюючи з іншими цінностями; інтроверсія та ін. Можна по-різному ставитися до Міжнародного індексу щастя, проте, на нашу думку, тонкі психоемоційні щоденні враження людини накладають відби-

ток на її світогляд та світосприйняття. Це так само впливає на все, чим вона займається, зокрема у професійному плані. Тому, перефразовуючи Сергія Жадана, якщо не боятися свободи і не триматися меж, «щастя не оминеш» (Жадан, б.д.). Направду, щасливі люди творять щасливі тексти, а їх зміст, тональність визначає успішність віртуальної комунікації.

Отже, вивчаючи якісні характеристики архівного блогінгу, доцільно звернути увагу на таке: природа, юридичний статус, підпорядкування, організаційна структура архівної установи; визнання та зважання влади на повноваження, функції архіву; конкретні досягнення й успіхи архівної установи як мотив до дій і їхня цінність для суспільства, держави; пріоритетність для архіву інтересів індивідуума/колективу; ймовірність ризику стабільністю установи в умовах наперед невизначених наслідків; залежність від традицій; першість короткострокових досягнень чи таких, що пролонговані в часі; гендерний аспект; психоемоційний стан фахової спільноти.

Такий підхід є важливим, аби досягнути певних умовиводів щодо особливостей українського архівного блогінгу. Чи є вивчення його зовнішніх і внутрішніх, кількісних і якісних характеристик актуальним науковим напрямом сьогодення? Безумовно, оскільки це впливає не лише на ефективність функціонування архівів, але й на модель мислення та алгоритм дій, спрямованих на забезпечення виробничих процесів, комунікації галузі, на архівну культуру суспільства як одного з важелів «колективного програмування розуму» (за Г. Гофстедом).

Має сенс також порівняти архівний блогінг із музейним, бібліотечним чи іншим спорідненим і, що особливо важливо, сформулювати бажання соціуму володіти, контролювати та керувати інформацією. При посередництві блогінгу, інших інформаційних технологій архівна спільнота матиме дійові можливості для зміцнення авторитету архівів, нарощування престижності архівного фаху, професійної культури, культивування етики, адвокації, плекання корпоративних цінностей. Необхідність кроків у цьому напрямі – безперечна.

ВИСНОВКИ

Сутність корпоративних і персональних блогів в архівістиці полягає в оновленні форм комунікації між надавачами і користувачами архівних послуг, презентації для професійної спільноти і широкого загалу архівів, історико-культурної спадщини, інформаційних продуктів і послуг, актуалізації розв'язання та вирішення нагальних проблем галузі, підтримки фахових іміджу й освіти.

Особливості архівного блогінгу зумовлені специфікою розвитку архівістики, статусом архівів у суспільстві, державною інформаційною політикою. Від цього залежить зміст і форма блогу, готовність установи до встановлення комунікації, підтримки зворотного зв'язку, бажання досягати успіху. Будь-який блог потребує цілісного бачення доцільності існування, чітко розроблених стратегії та карти тактичних заходів для виконання ним місії, заради якої його створено.

Основними чинниками позитивної динаміки розвитку блогу є: редакційний календарний план для забезпечення потоку публікацій; якісний контент; просування за допомогою різних маркетингових інструментів, активний зворотний зв'язок, продуманий дизайн, адаптивність до мобільних застосунків та ін. Крім організаційних заходів, будь-який блог потребує фінансової та часової ресурсності.

Специфікою архівного сегмента української блогосфери є мікроблогінг. Архівні блоги класичного зразка відсутні. Нерозв'язаними залишаються питання галузевого унормування правил їх ведення, архівування та користування. Також в Україні відсутня традиція присудження блогам унікального міжнародного стандартного номера, що використовується для ідентифікації друкованого або електронного періодичного видання (ISSN).

Архівне блогінгознавство – важливий напрям можливих у перспективі студій, спрямованих на з'ясування значущості для підтримки й розвитку соціокомунікаційної активності архівів, що особливо важливо в умовах виняткових правових станів. Обравши теорію Г. Гофстеда дослідницькою парадигмою, здебільшого можливо з'ясувати основні риси та властивості архівного блогінгу, залежні від крос-культурних чинників, визначити його значення для розвитку галузі загалом.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Адаменко, М. П. (2017, 16 лютого). Бібліотечний блог. В *Українська бібліотечна енциклопедія*. <https://bit.ly/3HXWAwM>
- Басов, В. Є., Ботушанська, О. Ф., Жимолостнова, В. В., & Ямроз, Л. С. (2018). *Корпоративний блог як сучасний спосіб реклами й модифікації іміджу бібліотеки*. ТЕС.
- Бездрабко, В. (2021). Соціальні мережі й архівні практики. *Архіви України*, 3(328), 16–35. <https://doi.org/10.47315/archives2021.328.016>
- Бердинських, К. (2014). *Є люди. Теплі історії з Майдану*. Стар Паблішинг.
- Блог. (б.д.). В *Wikipedia*. Взято 8 березня 2025 з <https://bit.ly/3TkoSUi>
- Бодріяр, Ж. (2004). *Симулякри і симуляція* (В. Ховкун, пер.). Видавництво Соломії Павличко «Основи». https://shron1.chtyvo.org.ua/Jean_Baudrillard/Symuliakry_i_symuliatsiia.pdf
- Верховна Рада України. (2015, 10 грудня). *Про державну службу* (Закон № 889-VIII). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/889-19#Text>
- Винничук, Ю., Гендин, Е., Гордиенко, М., Жадан, С., Кабанов, А., Курков, А., & Стяжкина, Е. (2015). *2014. Хроника года. Блоги. Колонки. Дневники*. Фолио.
- Вінницький блогер №2. (2018). *Іронічно про Вінницю і не тільки*. Козлов Р. А.
- Грет, М. Я. (2014). Блогосфера і бібліотечні блоги в Україні. *Наукові записки Української академії друкарства*, 3, 51–56.
- 12 ідей для створення контенту, який сподобається вашим читачам. (2025, 28 лютого). *AG.Marketing*. <https://ag.marketing/blog/12-idey-dlya-stvorenniya-kontentu/>
- Державна архівна служба України. (б.д.). *Блог*. Взято 9 березня 2025 з <https://archives.gov.ua/ua/%d0%b1%d0%bb%d0%be%d0%b3/>
- Дерріда, Ж. (2004). *Письмо та відмінність* (В. Шовкун, пер.). Основи.
- Дністровий, А. (2010). *Письмо з околиці. З нотаток, блогу і записок*. Грані-Т.
- Досенко, А. К. (2011). *Медійність і психолінгвістична характеристика моделі блогів людей, які живуть із ВІЛ/СНІД* [Автореферат дисертації кандидата наук із соціальних комунікацій, Класичний приватний університет].
- Дослідження в архівах України. (б.д.). *Обговорення* [Сторінка Facebook]. Facebook. Взято 11 березня 2025 з <https://www.facebook.com/groups/1223409394343379>
- Доступ до архівів. (б.д.). *Обговорення* [Сторінка Facebook]. Facebook. Взято 11 березня 2025 з <https://www.facebook.com/groups/dostup.do.arhiviv>
- Жадан, С. (б.д.). *Тексти*. Розділові. Взято 23 березня 2025 з <https://rozdilovi.org/ua/lyrics/shchastia-ne-omynesh/>
- Жук, А. (2024). *Мам, зроби мені змію* (В. Стах, пер.). Видавництво Старого Лева.

- Зайцева, С. В. (2015). *Лексико-стилістичні та словотвірні особливості українськомовного блогу* [Автореферат дисертації кандидата філолософських наук, Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара].
- Землякова, О. О. (2010). *Лінгвостилістичні характеристики жанру англomовного корпоративного блогу* [Автореферат дисертації кандидата філолософських наук, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна].
- Іздрик, Ю. (2018). *Ліниві і ніжні. Аба-ба-ба-га-ла-ма-га*.
- Калакура, Я. (б.д.). *Дописи* [Сторінка Facebook]. Facebook. Взято 25 березня 2025 з <https://www.facebook.com/kalajar>
- Каменева, С. А. (б.д.). *Дописи* [Сторінка Facebook]. Facebook. Взято 24 березня 2025 з <https://www.facebook.com/sa.kameneva>
- Кузнецова, А. (2023, 31 липня). Як покращити ваш корпоративний блог за допомогою 11 інструментів. *WebPromoExperts*. <https://webpromoexperts.net/ua/blog/yak-pokrashchiti-vash-korporativniy-blog-za-dopomogoyu-11-instrumentiv/>
- Левчук, О. (2020). Архівні електронні інформаційні ресурси як джерело історичної інформації. *Архіви України*, 4(325), 52–70. <https://doi.org/10.47315/archives2020.325.052>
- Маслійчук, В. (б.д.). *Головна* [Сторінка Facebook]. Facebook. Взято 26 березня 2025 з <https://www.facebook.com/volodymyr.masliychuk>
- Михайлова, О. Ю. (2014). Блогосфера як історичне джерело: до постановки проблеми. *Український історичний журнал*, 5, 191–197.
- Михайлова, О. Ю. (2016). *Громадянська ідентичність у дискурсі української блогосфери (2005–2015 рр.): політико-аксіологічний вимір* [Автореферат дисертації кандидата політичних наук, Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова].
- Національне агентство України з питань державної служби. (2019, 5 серпня). *Етичний кодекс державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування*. <https://nads.gov.ua/news/etichnij-kodeks-derzhavnih-sluzhbovciv-ta-posadovih-osib-miscevogo-samovryaduvannya>
- Недбай, В. (2009). Блог як феномен політичної комунікації. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Питання політології»*, 14(839), 156–162.
- Недбай, В. (2014). Інтернет-блоги як феномен політичної комунікації в інформаційному середовищі. *Evropský politický a právní diskurz*, 1(6), 296–308.
- Новіков, О. (б.д.). *Дописи* [Сторінка Facebook]. Facebook. Взято 12 березня 2025 з <https://www.facebook.com/oal2012>
- Плещенко, К. В. (2014). *Низові Інтернет-блоги в Україні: діалогізування, структурування, функціонування* [Дисертація кандидата наук із соціальних комунікацій, Київський національний університет імені Тараса Шевченка].
- Пожидаєва, І. В. (2013). *Лінгвопрагматичний аспект маніпулятивного дискурсу блогосфери (на матеріалі англійської, російської, української й французької мов)* [Автореферат дисертації кандидата філологічних наук, Київський національний університет імені Тараса Шевченка].
- Половинчак, Ю. М. (2015). Особливості функціонування української блогосфери. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*, 3(7), 42, 99–102.
- Пригорницька, О. Г. (2014). Бібліотечні блоги як інструмент просування бібліотеки у віртуальному просторі. В *Місце і роль бібліотеки у формуванні національного інформаційного простору* [Матеріали конференції]. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського. <http://conference.nbuv.gov.ua/report/view/id/340>
- Рудик, М. (2022). *Сучасна блогосфера: особливості контенту*. Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка.
- Спілка архівістів України. (б.д.). *Головна* [Сторінка Facebook]. Facebook. Взято 30 березня 2025 з <https://www.facebook.com/profile.php?id=100066924888385>

- Тиرون, І. В. (2014). *Експресивний синтаксис у дискурсі англомовної блогосфери* [Автореферат дисертації кандидата філологічних наук, Київський національний університет імені Тараса Шевченка].
- Трачук, Л. Д. (2012). Бібліотечний блог як прояв концепції «Бібліотека 2.0». *Вісник Книжкової палати*, 9, 22–24.
- Юркова, О. (б.д.). *Головна* [Сторінка Facebook]. Facebook. Взято 25 березня 2025 з <https://www.facebook.com/oksana.yurkova>
- Blog. (n.d.-a). In *Cambridge Dictionary*. Cambridge University Press & Assessment. Retrieved March 3, 2025, from <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/blog>
- Blog. (n.d.-b). In *Oxford English dictionary*. Oxford University Press. Retrieved March 1, 2025, from <https://doi.org/10.1093/OED/3789439763>
- Blogger Geschenk, Blogger Schlüsselanhänger, Blogger Schlüsselanhänger, Blogging Geschenk, Social Media, Internet, Schriftsteller, Blog, Journalist, Laptop, Geschenk für Blogger*. (n.d.). Etsy. Retrieved March 12, 2025, from <https://www.etsy.com/de/listing/224059532/blogger-geschenk-blogger>
- Bloggerabc. (n.d.). *Home*. Retrieved March 9, 2025, from <https://www.bloggerabc.de/>
- Carter, K., & Presnell, M. (Eds.). (1994). *Interpretive Approaches to Interpersonal Communication*. State University of New York Press.
- Churt, R. (2022, October 11). *Glossary: 39 Blogging Terms to Know*. HubSpot. <https://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/6063/glossary-39-blogging-terms-to-know.aspx>
- Coppola, G. (Director). (2020). *Mainstream* [Film]. IMDb. <https://www.imdb.com/title/tt9224288/>
- Create and manage your blog authors*. (2025, June 11). HubSpot. <https://knowledge.hubspot.com/blog/create-and-manage-your-blog-authors>
- Dennis, M. A. (n.d.). Blog. In *Britannica*. Retrieved March 1, 2025, from <https://www.britannica.com/topic/blog>
- Die Psychologie hinter einem erfolgreichen Social-Media-Post. (2025, April 15). *Texterkolonie*. <https://www.texterkolonie.de/blog/2025/04/15/die-psychologie-hinter-einem-erfolgreichen-social-media-post>
- Dubois, T. (Director). (2011). *No Surrender* [Film]. IMDb. https://www.imdb.com/title/tt1826780/?ref=mv_close
- Elgersma, E., & Rijke, M. D. (2008). Personal vs non-personal blogs: Initial classification experiments. In *Proceedings of 31st annual international ACM SIGIR conference on Research and development in information retrieval* (pp. 723–724). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/1390334.1390471>
- Ephron, N. (Director). (2009). *Julie & Julia* [Film]. IMDb. <https://www.imdb.com/title/tt1135503/>
- Friedman, J. (2020, April 23). *How to start blogging: A definitive guide for authors*. Jane Friedman. <https://janefriedman.com/blogging-for-writers/>
- Fritsch, A. (2025, March 5). Webdesign: Die spannendsten Trends für 2025. *hosttech*. <https://www.hosttech.de/blog/website/webdesign-trends/>
- Gadamer, H.-G. (1983). *Dialogue and dialectic: Eight hermeneutical studies on Plato*. Yale University Press. <https://yalebooks.yale.edu/book/9780300029833/dialogue-and-dialectic/>
- Haim, I. (2025, February 16). What is a blog? Types, benefits, and why you need one. *Elementor*. <https://elementor.com/blog/what-is-a-blog/>
- Hall, J. (n.d.). *Autobio*. Justin Hall. Retrieved March 7, 2025, from <https://www.links.net/vita/>
- Harder, K. D. (Director). (2022). *Influencer* [Film]. IMDb. <https://www.imdb.com/title/tt13309170/>
- HISTORIANS.IN.UA. (б.д.). *Головна*. Взято 8 березня 2025 з <https://www.facebook.com/groups/326845994002408>
- Hoffmann, C. R. (2012). *Cohesive Profiling: Meaning and interaction in personal weblogs*. John Benjamins Publishing. <https://doi.org/10.1075/pbns.219>
- Hofmann, M. (2014, January 27). Bloggende Museen & Archive: Warum Bloggen keine Zeitverschwendung sein muss. *CreativeWWW*. <https://www.marlenehofmann.com>

- de/blog/2014/01/28/bloggende-museen-archive-warum-bloggen-keine-zeitverschwendung-sein-muss/
- Hofmann, S. (n.d.). Was ist ein Blog und ist er 2024 wirklich noch sinnvoll? *STARTS*. Retrieved March 4, 2025, from <https://starts.design/was-ist-ein-blog/>
- Hofstede, G. (n.d.). *The 6-D model of national culture*. Geert Hofstede. Retrieved March 24, 2025, from <https://geerthofstede.com/culture-geert-hofstede-gert-jan-hofstede/6d-model-of-national-culture/>
- Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations* (2nd ed.). Sage.
- Influencer T-Shirt für Kinder, Meerjungfrau-Shirt, Fische, Ich bin Influencerin, lustiges Social Media Shirt, Blogger-Shirt, witzig, T-Shirt*. (n.d.). Etsy. Retrieved March 12, 2025, from <https://bit.ly/45NPXGY>
- Ivanova-Stenzel, R., & Kübler, D. (2005). *Courtesy and Idleness: Gender Differences in Team Work and Team Competition* (Discussion Paper No. 1768). IZA. <https://docs.iza.org/dp1768.pdf>
- Justin's Home Page. (n.d.). *Home*. Retrieved March 7, 2025, from <https://www.links.net/vita/web/original.html>
- Kapnek, E. (Executive Producer). (2014). *Selfie* [TV Series]. IMDb. <https://www.imdb.com/title/tt3549044/>
- Khromov, A. (б.д.). *Допуси* [Сторінка Facebook]. Facebook. Взято 21 березня 2025 з <https://www.facebook.com/anatoly.khromov>
- Kjeldbjerg, H. (2025, April 29). *Reimagining Your Competitors as Collaborators*. Jane Friedman. <https://janefriedman.com/reimagining-your-competition-as-collaborators/>
- La Blogger the blogger funny home office work coffe mug Mexican Spanish pride gift white glossy cup yellow card mug*. (n.d.). Mexicada. Retrieved March 15, 2025, from <https://mexicada.shop/fr/collections/best-sellers/products/la-blogger-the-blogger-funny-home-office-work-coffee-mug-mexican-spanish-pride-bingo-lottery-gift-white-glossy-cup-yellow-card-mug>
- Lagler, S. (2024, 13 November). Bloggen: Unsere 5 Tipps zum Erfolg. *hosttech*. <https://www.hosttech.de/blog/website/bloggen-5-tipps/>
- Lasswell, H. D. (1948). *The structure and function of communication in society*. In L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas, a series of addresses* (pp. 37-51). Institute for Religious and Social Studies.
- Levchenko, L. (б.д.). *Допуси* [Сторінка Facebook]. Facebook. Retrieved March 24, 2025, from <https://www.facebook.com/levchenko.larysa.3>
- Lian, Z. (2015). Archives microblogs and archival culture in China. *The American Archivist*, 78(2), 357–374. <https://doi.org/10.17723/0360-9081.78.2.357>
- Macdonald, K. (Director). (2009). *State of Play* [Film]. IMDb. <https://www.imdb.com/title/tt0473705/>
- Mars, R. (2023, July 4). J'ai réalisé un film documentaire sur le blogging. *Vie Universitaire*. Retrieved March 18, 2025, from <https://vieestudiantine.mondoblog.org/jai-realise-un-film-documentaire-sur-le-blogging/>
- Merriam-Webster. (n.d.-a). Blog. In *Merriam-Webster dictionary*. Wayback Machine. Retrieved March 14, 2025, from <https://web.archive.org/web/20121021032242/http://www.merriam-webster.com/dictionary/blog>
- Merriam-Webster. (n.d.-b). Blogging. In *Merriam-Webster dictionary*. Retrieved March 3, 2025, from <https://www.merriam-webster.com/dictionary/blogging>
- Morgan, L. (n.d.). "ProWritingAid makes my writing better". ProWritingAid. Retrieved March 10, 2025, from https://prowritingaid.com/?utm_source=Leverage+Creative+Group&utm_medium=affiliates-legacy
- Newcomb, T. M. (Ed.). (1950). *Social psychology*. Holt, Rinehart and Winston. <https://archive.org/details/socialpsychology00innewc>

- Ni, X., Xue, G.-R., Ling, X., Yu, Y., & Yang, Q. (2007, May 8–12). Exploring in the Weblog Space by Detecting Informative and Affective Articles. In *Proceedings of the 16th International Conference on World Wide Web (WWW 2007)* (pp. 281–290). <https://www.cse.ust.hk/~qyang/Docs/2007/wwwni2007.pdf>
- Nicole. (2024, October 17). *Was ist Bloggen, und warum ist es wichtig?* Aspiration Marketing. <https://blog.aspiration.marketing/de/what-is-blogging-and-why-does-it-matter>
- Ong, S. Q. (2024, April 23). 73 Blogging Statistics for 2024. *Ahrefs*. <https://ahrefs.com/blog/blogging-statistics/>
- Palmer, R. (2022). How i became the World's first blogger & digital nomad pioneer. *Rob Palmer*. <https://robpalmer.com/how-i-became-the-worlds-first-blogger-digital-nomad-pioneer/>
- Paramonov, A. (б.д.). *Головна* [Сторінка Facebook]. Facebook. Взято 21 березня 2025 з <https://www.facebook.com/andrey.paramonov.2025>
- Qu, H., La Pietra, A., & Poon, S. (2006). Automated blog classification: Challenges and pitfalls. In *AAAI Spring Symposium: Computational approaches to analyzing weblogs* [Conference proceedings] (184–186). <https://cdn.aaai.org/Symposia/Spring/2006/SS-06-03/SS06-03-037.pdf>
- Quotation. (n.d.). In *Oxford English dictionary*. Oxford University Press. Retrieved March 2, 2025, from <https://www.oed.com/search/advanced/Quotations?textTermText0=blog&textTermOpt0=WordPhrase&dateOfUseFirstUse=false&page=1&sortOption=AZ>
- Retrouvez tout le vocabulaire d'internet dans notre dictionnaire*. (n.d.). Clémentine. Retrieved March 1, 2025, from <https://www.clementine.jobs/vocabulaire-du-web/>
- Riley, M., & Riley, J. (1986). Longevity and Social Structure. *Daedalus*, 115(1), 51–75.
- Robinson, R. (2025, May 3). 231 Blogging Terms You Need to Know in 2025 The Ultimate Blogging Glossary & List of Definitions (to Help You Blog Smarter). *Ryan Robinson*. <https://www.ryrob.com/blogging-terms/>
- Santifgo, E. (2023, October 2). *Do people still read blogs? We Asked consumers [new data]*. HubSpot. <https://blog.hubspot.com/marketing/do-people-read-blogs>
- Shannon, C. E., & Weaver, W. (1964). *The mathematical theory of communication*. Urbana: The University of Illinois Press. https://pure.mpg.de/rest/items/item_2383164_3/component/file_2383163/content
- Share of young people reading blogs in the United Kingdom (UK) from 2010 to 2022*. (n.d.). Statista. Retrieved March 4, 2025, from <https://www.statista.com/statistics/299097/blog-reading-by-young-people-in-the-uk/>
- Siever, F. (2025, February 6). *Was ist ein Blog? Und lohnt es sich 2025*. exovia. <https://www.exovia.de/journal/was-ist-ein-blog/>
- Social Media Cartoon #09. Aus unserer Reihe: Die besten Social Media Cartoons. “Blogger in Not”. (n.d.). *dw Magazin*. Retrieved March 17, 2025, from <https://www.digitalwelt.org/themen/social-media/social-media-cartoon-09>
- Spicer, M. (Director). (2017). *Ingrid Goes West* [Film]. IMDb. <https://www.imdb.com/title/tt5962210/>
- Sprung, D. (2024, April 1). Blogs sind tot, lang leben Blogs. Abgerufen am 17. *bloggerabc*. <https://www.bloggerabc.de/blogs-tot/>
- Srba, I., & Bielikova, M. (2016). A Comprehensive Survey and Classification of Approaches for Community Question Answering. *ACM Transactions on the Web*, 10(3), Article 18. <https://doi.org/10.1145/2934687>
- Stewart, J. (1991). A postmodern look at traditional communication postulates. *Western Journal of Speech Communication*, 55(4), 354–379. <https://doi.org/10.1080/10570319109374393>
- The Write Practice. (n.d.). *Home*. Retrieved March 11, 2025, from <https://thewritepractice.com/>
- Tim Berners-Lee. (n.d.). W3C. Retrieved March 1, 2025, from <https://www.w3.org/People/Berners-Lee/>

- Tim Berners-Lee: *Begründer des World Wide Web*. (n.d.). Gesellschaft für Informatik. Retrieved March 1, 2025, from <https://gi.de/persoenlichkeiten/tim-berners-lee>
- van Aart, I. (Director). (2022). *Serial Blogueuse* [Film]. Allocine. https://www.allocine.fr/film/fichefilm_gen_cfilm=290384.html
- Virik, M., Simko, M., & Bielikova, M. (2016). Blog style classification: Refining affective blogs. *Computing and Informatics*, 35(5), 1027-1049. <https://www.cai.sk/ojs/index.php/cai/article/view/3121/787>
- von Horn, M. (Director). (2020). *Sweat* [Film]. IMDb. <https://www.imdb.com/title/tt12443946/>
- Where do I send comments about the W3C website?* (n.d.). W3C. Retrieved March 21, 2025, from <https://www.w3.org/help/#invention>
- Writershelpingwriters. (n.d.). *Home*. Retrieved March 31, 2025, from <https://writershelpingwriters.net/>

REFERENCES

- Adamenko, M. P. (2017, February 16). Bibliotechnyi blog [Library blog]. In *Ukrainska bibliotechna entsyklopediia* [Ukrainian library encyclopedia]. <https://bit.ly/3HXWAwM> [in Ukrainian].
- Basov, V. Ye., Botushanska, O. F., Zhymolostnova, V. V., & Yamroz, L. S. (2018). *Korporatyvnyi bloh yak suchasnyi sposib reklamy y modyfikatsii imidzhu biblioteki* [Corporate blog as a modern way of advertising and modifying the image of a library]. TES [in Ukrainian].
- Baudrillard, J. (2004). *Symuliakry i symuliatsiia* [Simulacra and simulation] (V. Khovkun, Trans.). Osnovy Publishing named after S. Pavlychko. https://shron1.chtyvo.org.ua/Jean_Baudrillard/Symuliakry_i_symuliatsiia.pdf [in Ukrainian].
- Berdynskykh, K. (2014). *Ye liudy. Teply istorii z Maidanu* [There are people. Warm stories from the Maidan]. Star Publishing [in Ukrainian].
- Bezdrabko, V. (2021). Sotsialni merezhi y arkhivni praktyky [Social networks and archival practices]. *Archives of Ukraine*, 3(328), 16–35. <https://doi.org/10.47315/archives2021.328.016> [in Ukrainian].
- Blog. (n.d.-a). In *Cambridge Dictionary*. Cambridge University Press & Assessment. Retrieved March 3, 2025, from <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/blog> [in English].
- Blog. (n.d.-b). In *Oxford English dictionary*. Oxford University Press. Retrieved March 1, 2025, from <https://doi.org/10.1093/OED/3789439763> [in English].
- Blogger Geschenk, Blogger Schlüsselanhänger, Blogger Schlüsselanhänger, Blogging Geschenk, Social Media, Internet, Schriftsteller, Blog, Journalist, Laptop, Geschenk Für Blogger* [Blogger gift, blogger keychain, blogger keyring, blogging gift, social media, internet, writer, blog, journalist, laptop, gift for blogger]. (n.d.). Etsy. Retrieved March 12, 2025, from <https://www.etsy.com/de/listing/224059532/blogger-geschenk-blogger> [in German].
- Bloggerabc. (n.d.). *Home*. Retrieved March 9, 2025, from <https://www.bloggerabc.de/> [in German].
- Bloh [Blog]. (n.d.). In *Wikipedia*. Retrieved March 8, 2025, from <https://bit.ly/3TkoSUi> [in Ukrainian].
- Carter, K., & Presnell, M. (Eds.). (1994). *Interpretive Approaches to Interpersonal Communication*. State University of New York Press [in English].
- Churt, R. (2022, October 11). *Glossary: 39 Blogging Terms to Know*. HubSpot. <https://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/6063/glossary-39-blogging-terms-to-know.aspx> [in English].
- Coppola, G. (Director). (2020). *Mainstream* [Film]. IMDb. <https://www.imdb.com/title/tt9224288/> [in English].
- Create and manage your blog authors*. (2025, June 11). HubSpot. <https://knowledge.hubspot.com/blog/create-and-manage-your-blog-authors> [in English].
- Dennis, M. A. (n.d.). Blog. In *Britannica*. Retrieved March 1, 2025, from <https://www.britannica.com/topic/blog> [in English].

- Derrida, Zh. (2004). *Pysmo ta vidminnist* [Writing and difference] (V. Shovkun, Trans.). Osnovy [in Ukrainian].
- Die Psychologie hinter einem erfolgreichen Social-Media-Post [The psychology behind a successful social media post]. (2025, April 15). *Texterkolonie*. <https://www.texterkolonie.de/blog/2025/04/15/die-psychologie-hinter-einem-erfolgreichen-social-media-post> [in German].
- Dnistrovyyi, A. (2010). *Pysmo z okolytsi. Z notatok, blohu i zanachok* [Writing from the suburbs. From notes, blog and stash]. Hrani-T [in Ukrainian].
- Dosenko, A. K. (2011). *Mediinst i psykholinhvystychna kharakterystyka modeli blohiv liudei, yaki zhyvut iz VIL/SNID* [Medianess and psycholinguistic Characteristics of the blog model of people living with HIV/AIDS] [Abstract of PhD Dissertation, Classic Private University] [in Ukrainian].
- Dostup do arkhiviv. (n.d.). *Obhovorennia* [Discussion] [Facebook page]. Facebook. Retrieved March 11, 2025, from <https://www.facebook.com/groups/dostup.do.arhiviv> [in Ukrainian].
- Dubois, T. (Director). (2011). *No Surrender* [Film]. IMDb. https://www.imdb.com/title/tt1826780/?ref=mv_close [in English].
- Elgersma, E., & Rijke, M. D. (2008). Personal vs non-personal blogs: Initial classification experiments. In *Proceedings of 31st annual international ACM SIGIR conference on Research and development in information retrieval* (pp. 723–724). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/1390334.1390471> [in English].
- Ephron, N. (Director). (2009). *Julie & Julia* [Film]. IMDb. <https://www.imdb.com/title/tt1135503/> [in English].
- Friedman, J. (2020, April 23). *How to start blogging: A definitive guide for authors*. Jane Friedman. <https://janefriedman.com/blogging-for-writers/> [in English].
- Fritsch, A. (2025, March 5). Webdesign: Die spannendsten Trends für 2025 [Web design: The most exciting trends for 2025]. *hosttech*. <https://www.hosttech.de/blog/website/webdesign-trends/> [in German].
- Gadamer, H.-G. (1983). *Dialogue and dialectic: Eight hermeneutical studies on Plato*. Yale University Press. <https://yalebooks.yale.edu/book/9780300029833/dialogue-and-dialectic/> [in English].
- Haim, I. (2025, February 16). What is a blog? Types, benefits, and why you need one. *Elementor*. <https://elementor.com/blog/what-is-a-blog/> [in English].
- Hall, J. (n.d.). *Autobio*. Justin Hall. Retrieved March 7, 2025, from <https://www.links.net/vita/> [in English].
- Harder, K. D. (Director). (2022). *Influencer* [Film]. IMDb. <https://www.imdb.com/title/tt13309170/> [in English].
- HISTORIANS.IN.UA. (n.d.). *Holovna* [Home]. Retrieved March 8, 2025, from <https://www.facebook.com/groups/326845994002408> [in Ukrainian].
- Hoffmann, C. R. (2012). *Cohesive Profiling: Meaning and interaction in personal weblogs*. John Benjamins Publishing. <https://doi.org/10.1075/pbns.219> [in English].
- Hofmann, M. (2014, January 27). Bloggende Museen & Archive: Warum Bloggen keine Zeitverschwendung sein muss [Blogging museums and archives: Why blogging doesn't have to be a waste of time]. *CreativeWWW*. <https://www.marlenehofmann.de/blog/2014/01/28/bloggende-museen-archive-warum-bloggen-keine-zeitverschwendung-sein-muss/> [in German].
- Hofmann, S. (n.d.). Was ist ein Blog und ist er 2024 wirklich noch sinnvoll [What is a Blog and is it still useful in 2024]? *STARTS*. Retrieved March 4, 2025, from <https://starts.design/was-ist-ein-blog/> [in German].
- Hofstede, G. (n.d.). *The 6-D model of national culture*. Geert Hofstede. Retrieved March 24, 2025, from <https://geerthofstede.com/culture-geert-hofstede-gert-jan-hofstede/6d-model-of-national-culture/> [in English].

- Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations* (2nd ed.). Sage [in English].
- Hret, M. Ya. (2014). Blohosfera i bibliotechni blohy v Ukraini [Blogosphere and library blogs in Ukraine]. *Scientific Papers (Ukrainian Academy of Printing)*, 3, 51–56 [in Ukrainian].
- Influencer T-Shirt für Kinder, Meerjungfrau-Shirt, Fische, Ich bin Influencerin, lustiges Social Media Shirt, Blogger-Shirt, witzig, T-Shirt*. [Influencer T-shirt for kids, mermaid shirt, fish, I am an influencer, funny social media shirt, blogger shirt, funny, T-shirt]. (n.d.). Etsy. Retrieved March 12, 2025, from <https://bit.ly/45NPXGY> [in German].
- Ivanova-Stenzel, R., & Kübler, D. (2005). *Courtesy and Idleness: Gender Differences in Team Work and Team Competition* (Discussion Paper No. 1768). IZA. <https://docs.iza.org/dp1768.pdf> [in English].
- Izdryk, Yu. (2018). *Lynyvi i nizhni* [Lazy and tender]. Aba-ba-ba-ha-la-ma-ha [in Ukrainian].
- Justin's Home Page. (n.d.). *Home*. Retrieved March 7, 2025, from <https://www.links.net/vita/web/original.html> [in English].
- Kalakura, Ya. (n.d.). *Dopysy* [Posts] [Facebook page]. Facebook. Retrieved March 25, 2025, from <https://www.facebook.com/kalajar> [in Ukrainian].
- Kamenieva, S. A. (n.d.). *Dopysy* [Posts] [Facebook page]. Facebook. Retrieved March 24, 2025, from <https://www.facebook.com/sa.kameneva> [in Ukrainian].
- Kapnek, E. (Executive Producer). (2014). *Selfie* [TV Series]. IMDb. <https://www.imdb.com/title/tt3549044/> [in English].
- Khromov, A. (n.d.). *Dopysy* [Posts] [Facebook page]. Facebook. Retrieved March 21, 2025, from <https://www.facebook.com/anatoly.khromov> [in Ukrainian].
- Kjeldbjerg, H. (2025, April 29). *Reimagining Your Competitors as Collaborators*. Jane Friedman. <https://janefriedman.com/reimagining-your-competition-as-collaborators/> [in English].
- Kuznetsova, A. (2023, July 31). Yak pokrashchyty vash korporatyvnyi bloh za dopomohoiu 11 instrumentiv [How to improve your corporate blog with 11 tools]. *WebPromoExperts*. <https://webpromoexperts.net/ua/blog/yak-pokrashchiti-vash-korporativniy-blog-zadopomogoyu-11-instrumentiv/> [in Ukrainian].
- La Blogger the blogger funny home office work coffe mug Mexican Spanish pride gift white glossy cup yellow card mug*. (n.d.). Mexicada. Retrieved March 15, 2025, from <https://mexicada.shop/fr/collections/best-sellers/products/la-blogger-the-blogger-funny-home-office-work-coffee-mug-mexican-spanish-pride-bingo-lottery-gift-white-glossy-cup-yellow-card-mug> [in English].
- Lagler, S. (2024, 13 November). Bloggen: Unsere 5 Tipps zum Erfolg. *hosttech*. <https://www.hosttech.de/blog/website/bloggen-5-tipps/> [in English].
- Lasswell, H. D. (1948). *The structure and function of communication in society*. In L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas, a series of addresses* (pp. 37-51). Institute for Religious and Social Studies [in English].
- Levchenko, L. (n.d.). *Dopysy* [Posts] [Facebook page]. Facebook. Retrieved March 24, 2025, from <https://www.facebook.com/levchenko.larysa.3> [in Ukrainian].
- Levchuk, O. (2020). Arkhivni elektronni informatsiini resursy yak dzherelo istorychnoi informatsii [Archival electronic information resources as a source of historical information]. *Archives of Ukraine*, 4(325), 52–70. <https://doi.org/10.47315/archives2020.325.052> [in Ukrainian].
- Lian, Z. (2015). Archives microblogs and archival culture in China. *The American Archivist*, 78(2), 357–374. <https://doi.org/10.17723/0360-9081.78.2.357> [in English].
- Macdonald, K. (Director). (2009). *State of Play* [Film]. IMDb. <https://www.imdb.com/title/tt0473705/> [in English].
- Mars, R. (2023, July 4). J'ai réalisé un film documentaire sur le blogging [I made a documentary film about blogging]. *Vie Universitaire*. Retrieved March 18, 2025, from <https://vieestudiantine.mondoblog.org/jai-realise-un-film-documentaire-sur-le-blogging/> [in French].

- Masliichuk, V. (n.d.). *Holovna* [Home] [Facebook page]. Facebook. Retrieved March 26, 2025, from <https://www.facebook.com/volodymyr.masliychuk> [in Ukrainian].
- Merriam-Webster. (n.d.-a). Blog. In *Merriam-Webster dictionary*. Wayback Machine. Retrieved March 14, 2025, from <https://web.archive.org/web/20121021032242/http://www.merriam-webster.com/dictionary/blog> [in English].
- Merriam-Webster. (n.d.-b). Blogging. In *Merriam-Webster dictionary*. Retrieved March 3, 2025, from <https://www.merriam-webster.com/dictionary/blogging> [in English].
- Morgan, L. (n.d.). "ProWritingAid makes my writing better". ProWritingAid. Retrieved March 10, 2025, from https://prowritingaid.com/?utm_source=Leverage+Creative+Group&utm_medium=affiliates-legacy [in English].
- Mykhailova, O. Yu. (2014). Blohosfera yak istorychne dzherelo: do postanovky problem [Blogosphere as a historical source: To the problem statement]. *Ukrainian Historical Journal*, 5, 191–197 [in Ukrainian].
- Mykhailova, O. Yu. (2016). *Hromadianska identychnist u dyskursi ukrainskoi blohosfery (2005–2015 rr.): polityko-aksiolohichniy vymir* [Civic identity in Ukrainian blogosphere discourse (2005–2015): Axiological dimension] [Abstract of PhD Dissertation, National Pedagogical Dragomanov University] [in Ukrainian].
- National Agency of Ukraine on Civil Service. (2019, August 5). *Etychnyi kodeks derzhavnykh sluzhbovtiv ta posadovykh osib mistsevoho samovriaduvannia* [Code of Ethics for civil servants and local government officials]. <https://nads.gov.ua/news/etichniy-kodeks-derzhavnih-sluzhbovciv-ta-posadovih-osib-miscevogo-samovryaduvannya> [in Ukrainian].
- Nedbai, V. (2009). Bloh yak fenomen politychnoi komunikatsii [Blog as a phenomenon of political communication]. *The Journal of V.N. Karazin Kharkiv National University. Issues of Political Science*, 14(839), 156–162 [in Ukrainian].
- Nedbai, V. (2014). Internet-blohy yak fenomen politychnoi komunikatsii v informatsiinomu seredovyshchi [Internet blogs as a phenomenon of political communication in the information environment]. *European Political and Law Discourse*, 1(6), 296–308 [in Ukrainian].
- Newcomb, T. M. (Ed.). (1950). *Social psychology*. Holt, Rinehart and Winston. <https://archive.org/details/socialpsychology00innewc> [in English].
- Ni, X., Xue, G.-R., Ling, X., Yu, Y., & Yang, Q. (2007, May 8–12). Exploring in the Weblog Space by Detecting Informative and Affective Articles. In *Proceedings of the 16th International Conference on World Wide Web (WWW 2007)* (pp. 281–290). <https://www.cse.ust.hk/~qyang/Docs/2007/wwwni2007.pdf> [in English].
- Nicole. (2024, October 17). *Was ist Bloggen, und warum ist es wichtig* [What is blogging and why is it important]? Aspiration Marketing. <https://blog.aspiration.marketing/de/what-is-blogging-and-why-does-it-matter> [in German].
- Novikov, O. (n.d.). *Dopysy* [Posts] [Facebook page]. Facebook. Retrieved March 12, 2025, from <https://www.facebook.com/oal2012> [in Ukrainian].
- Ong, S. Q. (2024, April 23). 73 Blogging Statistics for 2024. *Ahrefs*. <https://ahrefs.com/blog/blogging-statistics/> [in English].
- Palmer, R. (2022). How i became the World's first blogger & digital nomad pioneer. *Rob Palmer*. <https://robpalmer.com/how-i-became-the-worlds-first-blogger-digital-nomad-pioneer/> [in English].
- Paramonov, A. (n.d.). *Holovna* [Home] [Facebook page]. Facebook. Retrieved March 21, 2025, from <https://www.facebook.com/andrey.paramonov.2025> [in Ukrainian].
- Pleshchenko, K. V. (2014). *Nyzovi Internet-blohy v Ukraini: dialohizuvannia, strukturuvannia, funktsionuvannia* [Grassroots Internet blogs in Ukraine: Dialogization, structuring, functioning] [PhD Dissertation, Taras Shevchenko National University of Kyiv] [in Ukrainian].

- Polovynchak, Yu. M. (2015). Osoblyvosti funktsionuvannya ukraïnskoi blohosfery [Features of functioning of Ukrainian blogosphere]. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*, 3(7), 42, 99–102 [in Ukrainian].
- Pozhydaieva, I. V. (2013). *Linhvoprahamatychnyi aspekt manipulyatyvnoho dyskursu blohosfery (na materialy anhliiskoi, rosiiskoi, ukraïnskoi y frantsuzkoi mov)* [Linguopragmatic aspect of the manipulative discourse of the blogosphere (based on English, Russian, Ukrainian and French languages)] [Abstract of PhD Dissertation, Taras Shevchenko National University of Kyiv] [in Ukrainian].
- Pryhornytska, O. H. (2014). Bibliotekni blohy yak instrument prosuvannya biblioteky u virtualnomu prostori [Library blogs as a tool for library promotion in the virtual space]. In *Mistse i rol bibliotek u formuvanni natsionalnoho informatsiinoho prostoru* [The place and role of libraries in the formation of the national information space] [Conference proceedings]. V. I. Vernadskyi National Library of Ukraine. <http://conference.nbuv.gov.ua/report/view/id/340> [in Ukrainian].
- Qu, H., La Pietra, A., & Poon, S. (2006). Automated blog classification: Challenges and pitfalls. In *AAAI Spring Symposium: Computational approaches to analyzing weblogs* [Conference proceedings] (184–186). <https://cdn.aaai.org/Symposia/Spring/2006/SS-06-03/SS06-03-037.pdf> [in English].
- Quotation. (n.d.). In *Oxford English dictionary*. Oxford University Press. Retrieved March 2, 2025, from <https://www.oed.com/search/advanced/Quotations?textTermText0=blog&textTermOpt0=WordPhrase&dateOfUseFirstUse=false&page=1&sortOption=AZ> [in English].
- Research in the archives of Ukraine. (n.d.). *Obhovorennia* [Discussion] [Facebook page]. Facebook. Retrieved March 11, 2025, from <https://www.facebook.com/groups/1223409394343379> [in Ukrainian].
- Retrouvez tout le vocabulaire d'internet dans notre dictionnaire* [Find all the internet vocabulary in our dictionary]. (n.d.). Clémentine. Retrieved March 1, 2025, from <https://www.clementine.jobs/vocabulaire-du-web/> [in French].
- Riley, M., & Riley, J. (1986). Longevity and Social Structure. *Daedalus*, 115(1), 51–75 [in English].
- Robinson, R. (2025, May 3). 231 Blogging Terms You Need to Know in 2025 The Ultimate Blogging Glossary & List of Definitions (to Help You Blog Smarter). *Ryan Robinson*. <https://www.ryrob.com/blogging-terms/> [in English].
- Rudyk, M. (2022). *Suchasna blohosfera: osoblyvosti kontentu* [Modern blogosphere: content features]. Publishing centre at Ivan Franko Lviv National University [in Ukrainian].
- Santigo, E. (2023, October 2). *Do people still read blogs? We Asked consumers [new data]*. HubSpot. <https://blog.hubspot.com/marketing/do-people-read-blogs> [in English].
- Shannon, C. E., & Weaver, W. (1964). *The mathematical theory of communication*. Urbana: The University of Illinois Press. https://pure.mpg.de/rest/items/item_2383164_3/component/file_2383163/content [in English].
- Share of young people reading blogs in the United Kingdom (UK) from 2010 to 2022*. (n.d.). Statista. Retrieved March 4, 2025, from <https://www.statista.com/statistics/299097/blog-reading-by-young-people-in-the-uk/> [in English].
- Siever, F. (2025, February 6). *Was ist ein Blog? Und lohnt es sich 2025* [What is a blog? And is it worth it in 2025]. exovia. <https://www.exovia.de/journal/was-ist-ein-blog/> [in German].
- Social Media Cartoon #09. Aus unserer Reihe: Die besten Social Media Cartoons. “Blogger in Not” [Social media cartoon #09. From our series: The best social media cartoons. “Bloggers in need”]. (n.d.). *dw Magazin*. Retrieved March 17, 2025, from <https://www.digitalwelt.org/themen/social-media/social-media-cartoon-09> [in German].
- Spicer, M. (Director). (2017). *Ingrid Goes West* [Film]. IMDb. <https://www.imdb.com/title/tt5962210/> [in English].
- Spilka arkhivistiv Ukrainy. (n.d.). *Holovna* [Home] [Facebook page]. Facebook. Retrieved March 30, 2025, from <https://www.facebook.com/profile.php?id=100066924888385> [in Ukrainian].

- Sprung, D. (2024, April 1). Blogs sind tot, lang leben Blogs [Blogs are dead, long live blogs]. *bloggerabc*. <https://www.bloggerabc.de/blogs-tot/> [in German].
- Srba, I., & Bielikova, M. (2016). A Comprehensive Survey and Classification of Approaches for Community Question Answering. *ACM Transactions on the Web*, 10(3), Article 18. <https://doi.org/10.1145/2934687> [in English].
- State Archival Service of Ukraine. (n.d.). *Bloh* [Blog]. Retrieved March 9, 2025, from <https://archives.gov.ua/ua/%d0%b1%d0%bb%d0%be%d0%b3/> [in Ukrainian].
- Stewart, J. (1991). A postmodern look at traditional communication postulates. *Western Journal of Speech Communication*, 55(4), 354–379. <https://doi.org/10.1080/10570319109374393> [in English].
- The Write Practice. (n.d.). *Home*. Retrieved March 11, 2025, from <https://thewritepractice.com/> [in English].
- Tim Berners-Lee. (n.d.). W3C. Retrieved March 1, 2025, from <https://www.w3.org/People/Berners-Lee/> [in English].
- Tim Berners-Lee: Begründer des World Wide Web [Tim Berners-Lee: Founder of the World Wide Web]. (n.d.). Gesellschaft für Informatik. Retrieved March 1, 2025, from <https://gi.de/persoenlichkeiten/tim-berners-lee> [in German].
- Trachuk, L. D. (2012). Bibliotechnyi bloh yak proiav kontseptsii "Biblioteka 2.0" [Library blog as a manifestation of the concept of "Library 2.0"]. *Bulletin of the Book Chamber*, 9, 22–24 [in Ukrainian].
- 12 idei dlia stvorennia kontentu, yakyi spodobaietsia vashym chytacham [12 content ideas readers will love (and how to use them)]. (2025, February 28). *AG.Marketing*. <https://ag.marketing/blog/12-idey-dlya-stvorenniya-kontentu/> [in Ukrainian].
- Tyron, I. V. (2014). *Ekspresyivnyi syntaksys u dyskursi anhlomovnoho blohosfery* [Expressive syntax in the discourse of the English-language blogosphere] [Abstract of PhD Dissertation, Taras Shevchenko National University of Kyiv] [in Ukrainian].
- van Aart, I. (Director). (2022). *Serial Blogueuse* [Serial blogger] [Film]. Allocine. https://www.allocine.fr/film/fichefilm_gen_cfilm=290384.html [in French].
- Verkhovna Rada of Ukraine. (2015, December 10). *Pro derzhavnu sluzhbu* [On civil service] (Law No. 889-VIII). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/889-19#Text> [in Ukrainian].
- Vinnichuk, Yu., Gendin, E., Gordienko, M., Zhadan, S., Kabanov, A., Kurkov, A., & Styazhkina, E. (2015). 2014. *Khronika goda. Blogi. Kolonki. Dnevniky* [2014. Chronicle of the year. Blogs. Columns. Diaries]. Folio [in Ukrainian].
- Vinnytskyi blogger №2. (2018). *Ironichno pro Vinnytsiu i ne tilky* [Ironically about Vinnytsia and not only]. Kozlov R. A. [in Ukrainian].
- Virik, M., Simko, M., & Bielikova, M. (2016). Blog style classification: Refining affective blogs. *Computing and Informatics*, 35(5), 1027–1049. <https://www.cai.sk/ojs/index.php/cai/article/view/3121/787> [in English].
- von Horn, M. (Director). (2020). *Sweat* [Film]. IMDb. <https://www.imdb.com/title/tt12443946/> [in English].
- Where do I send comments about the W3C website? (n.d.). W3C. Retrieved March 21, 2025, from <https://www.w3.org/help/#invention> [in English].
- Writershelpingwriters. (n.d.). *Home*. Retrieved March 31, 2025, from <https://writershelpingwriters.net/> [in English].
- Yurkova, O. (n.d.). *Holovna* [Home] [Facebook page]. Facebook. Retrieved March 25, 2025, from <https://www.facebook.com/oksana.yurkova> [in Ukrainian].
- Zaitseva, S. V. (2015). *Leksyko-stylistychni ta slovotvirni osoblyvosti ukrainskomovnoho blohu* [Lexical-stylistic and word-formation features of the Ukrainian-language blog] [Abstract of PhD Dissertation, Oles Honchar Dnipro National University] [in Ukrainian].
- Zemliakova, O. O. (2010). *Linhvostylistychni kharakterystyky zhanru anhlomovnoho korporatyvnoho blohu* [Linguistic-stylistic characteristics of the genre of the English-language corporate blog]

blog] [Abstract of PhD Dissertation, V. N. Karazin Kharkiv National University] [in Ukrainian].

Zhadan, S. (n.d.). *Teksty* [Texts]. Rozdilovi. Retrieved March 23, 2025, from <https://rozdilovi.org/ua/lyrics/shchastia-ne-omynesh?> [in Ukrainian].

Zhuk, A. (2024). *Mam, zroby meni zmiuu* [Mom, make me a snake] (V. Stakh, Trans.). Vydavnytstvo Staroho Leva [in Ukrainian].

UDC 316.472.4:004.774.6Bloh+930.25](477):[316.7:303.446.2

Valentyna Bezdrabko,
DSc in History, Professor,
Kyiv National University
of Culture and Arts
(Kyiv, Ukraine)
e-mail: valentbez@gmail.com
ORCID ID: 0000-0003-3295-5277

Tetiana Novalska,
DSc in History, Professor,
Kyiv National University
of Culture and Arts
(Kyiv, Ukraine)
e-mail: novalska@meta.ua
ORCID ID: 0000-0003-3093-3998

BLOGS, BLOGGING AND ARCHIVES: EXPERIENCE, PECULIARITIES, PERSPECTIVES

The aim of the article is to characterise corporate and personal blogs in archival science, to find out peculiarities of industry blogging, specifics of the archival segment of the blog sphere; to determine advantages of G. Hofstede's theory of cultural dimensions as a research paradigm for studying archival blogging and prospects for its development in Ukraine.

Research methods. In this article general scientific (universal) and special methods are applied, in particular historical-chronological, terminological, analytical, synthetic, empirical-descriptive, systemic and generalisation.

Scientific novelty. Blogs, blogging and the segment of the archival field in the blog sphere in the Ukrainian information and communication context are studied. The specifics of corporate and personal archival blogs are considered. In the aspect of G. Hofstede's theory of cultural dimensions, the naturally determined features of Ukrainian archival microblogging and the perspectives for the development of the archival component of the blog sphere in Ukraine are established. Recommendations are formulated for the development of archival classical blogging.

Main conclusions. The essence of corporate and personal blogs in archival sphere is to update forms of communication between providers and users of archival services, representation for the professional community and the general number of archives, historical and cultural heritage, information products and services, actualising the solution and resolution of urgent problems of the industry, support of professional image and education.

The peculiarities of archival blogging are determined by the specifics of the archival science development, the status of archives in society and state information policy. The content and form of the blog, the readiness of the institution to establish communication, support feedback and the desire to achieve success depend on this.

The specifics of the archival segment in the Ukrainian blog sphere is microblogging. Archival blogs of the classic type are not presented. The issues of industry standardisation of the rules for their maintenance, archiving and using remain unresolved. Additionally, in Ukraine there is no tradition of assigning blogs a unique international standard number, which is used to identify printed or electronic periodical (ISSN).

Archival blogging studies are an important direction of possible future researches aimed at clarifying the significance of archives for the support and development of socio-communicative activity, which is especially important in exceptional legal states. Having chosen the theory of G. Hofstede as a research paradigm, it is possible to clarify the main peculiarities and perspectives of archival blogging, depending on cross-cultural factors, and to determine its role for the development of the industry in total.

Keywords: archive; blog; microblog; archival blog; blogging; blogger; blog sphere; G. Hofstede's theory of cultural dimensions; archival information; archival document; information and communication technologies.

Надійшла 02.04.2025

Прийнята 27.05.2025

Стаття була вперше опублікована онлайн 11.07.2025



This is an open access journal, and all published articles are licensed under a Creative Commons Attribution 4.0.