

УДК 004.774.6Блог(091)

Цитування:

Бугайов М. В. Історико-культурна ретроспектива становлення блогів. *Культура і сучасність* : альманах. 2021. № 1. С. 69-74.

Бугайов Микола Вікторович,
аспірант Національної академії керівних
кадрів культури і мистецтв
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8554-0126>
kbugajov1996@gmail.com

Bugayov M. (2021). Historical and cultural retrospective of formation of blogs. *Kultura i suchasnist: almanakh*, 1, 69-74 [in Ukrainian].

ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНА РЕТРОСПЕКТИВА СТАНОВЛЕННЯ БЛОГІВ

Мета статті – дослідити історію появи блогів і визначити динаміку їх розвитку. **Методологія** дослідження передбачає застосування історичного, бібліографічного та аналітичного методів. **Наукова новизна** роботи полягає в тому, що вперше здійснено спробу описати історію блогів від часу їх появи до наших днів. Зі стрімким розвитком інтернет-комунікацій у сучасному суспільстві з'явилися нові форми віртуального спілкування, якими цікавляться представники різних верств населення, професій, уподобань, віку. Ведення блогів дає змогу людям самовиражатись, презентувати себе світові, знаходити однодумців. Крім того, таке інтернет-спілкування – це можливість відпочивати, працювати та розвиватись. Це зумовило появу нової професії – блогера. Через змогу здійснювати безперешкодну в часі та просторі комунікацію блогосфера стала презентаційним майданчиком для багатьох політичних, релігійних, громадських і культурних формувань. Нині в більшості компаній працює щонайменше один блогер, який створює відповідний контент. Блоги з моменту їх появи пройшли певний шлях еволюції, змін і вдосконалення. Спочатку з'явилися перші інтернет-дописи. Згодом таке явище отримало назву блог, що зумовило появу похідних понять: блогер, блогінг, блогосфера, відеоблог та ін. Поступово для блогів створили спеціальні платформи, на яких дописувачі обговорювали політичні, військові, соціальні, культурні й інші питання. На початку ХХ століття блогери стали джерелом інформації для ЗМІ, спричинювали соціальний резонанс. Деякі сайти поєднали блог-платформи та соціальні мережі, стали містити відео-, фото- й аудіоконтент. Пандемія коронавірусу у світі дала потужний поштовх до розвитку інтернет-комунікації і блогосфера нині переживає значний розквіт. **Висновки.** Блог пройшов тривалий шлях розвитку з 1994 року – по сьогоднішній день. З кожним роком він у своєму розвитку набирає оберти, породжує нових онлайн-дописувачів і завойовує нову аудиторію. Блоги виконують низку важливих функцій: пізнавальну, навчальну, презентаційну, релаксаційну та ін., що зумовлює їх значну популярність, а отже, подальший розвиток. Тож питання стану блогів і їх історії буде актуальним завжди.

Ключові слова: блог, блогер, блогосфера, інтернет-комунікація.

Bugayov Mykola, postgraduate of National Academy of Culture and Arts Management

Historical and cultural retrospective of formation of blogs

The purpose of the article is to investigate the history of blogs and determine the dynamics of their development. **The methodology** involves the use of historical, bibliographic, and analytical methods. **The scientific novelty** of the work is that it is the first attempt to describe the history of blogs from their appearance to the present day. With the rapid development of Internet communications in modern society, new forms of virtual communication have appeared, which are of interest to representatives of different segments of the population, professions, preferences, ages. Blogging allows people to express themselves, to present themselves to the world, to find like-minded people. In addition, such online communication is an opportunity to relax, work and develop. This led to the emergence of a new profession – a blogger. Due to the ability to communicate freely in time and space, the blogosphere has become a presentation platform for many political, religious, social, and cultural formations. Most companies now have at least one blogger who creates relevant content. Since evolution, blogs have come a long way, change, and improvement. Initially, the first Internet posts appeared. Later, this phenomenon was called a blog, which led to the emergence of derivative concepts, such as blogger, blogging, blogosphere, video blog, etc. Gradually, special platforms were created for blogs, where contributors discussed political, military, social, cultural, and other issues. In the early twentieth century, bloggers became a source of information for the media, causing social resonance. Some sites have combined blogging platforms and social networks and began to contain video, photo, and audio content. The coronavirus pandemic in the world has given a powerful impetus to the development of Internet communication, and the blogosphere is now experiencing considerable prosperity. **Conclusions.** The blog has come a long way from 1994 to the present. Every year, it gains momentum in its development, generates new online contributors, and gains a new audience. Blogs perform a number of important functions: cognitive, educational, presentation, relaxation, etc., which

determine their significant popularity and, consequently, further development. Therefore, the question of the state of blogs and their history will always be relevant.

Key words: blog, blogger, blogosphere, internet communication.

Актуальність теми дослідження. Зі стрімким розвитком інтернет-комунікацій у сучасному суспільстві з'явилися нові форми віртуального спілкування, якими цікавляться представники різних верств населення, професій, уподобань, віку. Ведення блогів дає змогу людям самовиражатись, презентувати себе світові, знаходити однодумців. Крім того, таке інтернет-спілкування – це можливість не лише відпочивати, а й працювати та розвиватись. Це зумовило появу нової професії – блогера – людини, яка впливає на суспільну думку. Через можливість здійснювати безперешкодно в часі та просторі комунікацію блогосфера стала презентаційним майданчиком для багатьох політичних, релігійних, громадських і культурних формувань, що посилює роль інтернет-комунікації в житті суспільства. Блоги як соціокультурний феномен репрезентують і визначають смаки аудиторії. Розуміння специфіки еволюції цього явища дасть змогу усвідомити витоки та закономірності розвитку нинішнього інформаційного середовища, яке зумовлює зміну ментальності, стратегій поведінки людей – це й визначає актуальність нашої статті.

Аналіз досліджень і публікацій. Блоги вивчали дослідники в межах різних галузей знань: освіта, маркетинг, психологія, культурологія, мовознавство, журналістика й ін. Важливість нашої теми посилює відсутність ґрунтовних праць з історії появи блогів, окреслення особливостей їх еволюції. Науковці визначали у своїх роботах окремі аспекти цього питання. Так, А. Хітров, розглядаючи блог як феномен культури, у контексті характеристики мережевої особистості вказує на дату зародження блогінгу та зазначає, що вивчення інтернету ускладнюють його постійні динамічні зміни [2]. М. Захарова, здійснюючи культурологічний аналіз блогосфери, теж називає початковий етап її зародження і становлення – 1992–2006 роки [5]. Досліджуючи науковий блог, Т. Бобошко акцентує на перших інтернет-журналах, що з'явилися в мережі 1997 року, називає найвідоміші вебплатформи для створення блогів: Tumblr (tumblr.com), WordPress (wordpress.com) і Blogger (blogger.com) [3]. Є

багато публікацій про еволюцію блогів як форм інтернет-комунікації, але описано їх фрагментарно.

Такий стан наукової розробки окресленої теми зумовив постановку мети статті – дослідити історію появи блогів і визначити динаміку їх розвитку.

Виклад основного матеріалу. Блог (англ. blog, від web log – інтернет-журнал подій, інтернет-щоденник, онлайн-щоденник) – вебсайт, куди регулярно додають записи, що містять текст, зображення або мультимедіа. Для блогів характерні недовгі записи тимчасової значущості, упорядковані у зворотному хронологічному порядку (останній запис зверху). Відмінності блогу від традиційного щоденника обумовлені середовищем: блоги зазвичай відкриті для широкого кола читачів, які можуть коментувати інтернет-публікації, вступати в публічну полеміку з автором. Блогами вважають також персональні сайти, що складаються переважно з особистих записів власника блогу та коментарів користувачів до них.

Визначити точну дату появи блогінгу як явища досить складно. За версією газети «Washington Profile» [1], першим блогом була сторінка Тіма Бернерса, де він, починаючи з 1992 року, публікував новини. За іншою точкою зору, першим почав вести щоденник в інтернеті 1994 року студент Джастін Холл, блог якого складався з його відгуків на HTML-сторінки. На підставі цього часопис «New York Times» назвав Холла «батьком-засновником особистих блогів» [1]. Іноді творцем блогу називають відомого програміста Дейва Вайнера, оскільки саме блог Вайнера вперше набув широкої популярності в користувачів інтернету. За версією «Вікіпедії», першим блогом у мережі був серіал «Бред-Соціум» [4], що з'явився того самого 1994 року. Достеменно на сьогодні з'ясувати час появи першого блогу неможливо, оскільки в кінці ХХ століття ще не існувало онлайн-рейтингу блогів і їх не архівували.

Уперше слово weblog використав 17 грудня 1997 року Джорн Бергер – творець і редактор інтернет-щоденника Robot Wisdom [7]. Воно було утворене із фрази logging the web, тобто «веду щоденник у мережі» – так

відбувся процес субстантивзації: переходу дієслова в розряд іменника. Пітер Мерхольц, творець інтернет-сторінки Peterme, навесні 1999 року розклав термін weblog на дві частини – we blog: «ми ведемо щоденник». На основі слова blog було утворене нове дієслово – to blog, що означає «виконувати дії, спрямовані на ведення інтернет-щоденника». Поява нової лексеми зумовила виникнення похідних від неї понять: блогер, блогінг, блогосфера.

Спочатку для блогів не існувало окремих платформ. У серпні 1999 року комп'ютерна компанія Pyra Labs із Сан-Франциско відкрила сайт Blogger.com – перший безкоштовний, загальнодоступний і простий у використанні інструмент, що дав поштовх для створенню блогосфери.

У грудні 1999 року компанія Pyra Labs створила програмне забезпечення Scoop і використала його на своєму сайті Kuro5hin, на якому всі охочі мали змогу обговорювати, зокрема, питання культури. Дописувачі цієї платформи, на відміну від інших сайтів, де долю їхніх заміток вирішувала невелика група редакторів та адміністраторів, могли самостійно модерувати коментарі. Сайт став помітним явищем, проте 2002 року в компанії виникли фінансові труднощі з підтримки сервісу. Власник Pyra Labs Фостер звернувся до користувачів за допомогою і менш ніж за тиждень зібрав 37 тисяч доларів. Це була перша в історії акція блогерів з добровільного збору коштів на розвиток блогосфери [6].

З 2000 року в блогах почали порушувати політичні питання. Так, незалежний журналіст Джош Маршалл запустив блог TalkingPointsMemo, на якому обговорювали «флоридську кризу» – суперечливі результати з підрахунку голосів, відданих за кандидатів у президенти США в штаті Флорида.

2001 року блогери вперше стали джерелом інформації для ЗМІ [8]. Нью-йоркські автори інтернет-щоденників вели репортаж з місця події про теракти 11 вересня 2001 року: вони публікували фотографії, описували події, свідками яких стали, розповіді очевидців тощо. Деякі дослідники нині вважають 11 вересня датою виникнення політичних блогів: після цієї події до повідомлень авторів інтернет-щоденників почали ставиться серйозно. В американських університетах на деяких журналістських факультетах стали вивчати феномен блогерства.

2002 року дії блогерів спричинили перший великий політичний скандал. Блоги давали змогу охоплювати широку аудиторію, за яку боролися дописувачі інтернет-сторінок, що зумовлювало своєрідні мережеві «війни». Наприклад, після вторгнення в Ірак багато американських військовослужбовців створили свої щоденники, у яких описували військові дії. Відповідно й іракці вели блоги, одним з яких був Salam Paks. Військові блоги стали вельми популярними серед людей, які цікавилися ходом бойових дій [6].

2003 року в інтернеті з'явився перший пост у блозі, що містив відео. Його виклав користувач Адам Контрас. Так з'явилося поняття «wblog», утворене від злиття слів «відео» і «блог». Такий формат ведення блогу став згодом дуже популярним і залишається таким дотепер. Цього самого року додали до Оксфордського словника англійської мови слова weblog (вебсайт, на якому одна людина або група регулярно, здебільшого щодня, розміщує нову інформацію), weblogging (процес створення блогів) і weblogger (людина, яка створює блоги). У серпні почав роботу сайт Myspace, який поєднав у собі блог-платформу та соціальну мережу. Особливістю Myspace також стало його музичне спрямування: на інтернет-ресурсі можна було прослуховувати аудіозаписи відомих виконавців, які вели там свої сторінки, аматорські ж групи могли викладати свої кліпи та пісні. Myspace довго була найпопулярнішою соціальною мережею у світі, поки її не обігнав Facebook [7].

2004 року блогами зацікавилися медійні компанії. Поступово стиралася межа між блогосферою та ЗМІ, і блогери стали представниками преси, оскільки їхні огляди подій ставали дедалі популярнішими в аудиторії. Організація Gawker Media створила блог Wonkette, який публікував чутки з владних кіл Вашингтона. Традиційні засоби масової інформації: газети, журнали, телебачення і радіо стали публікувати інтернет-огляди та запрошувати популярних блогерів як коментаторів. Часом дописувачі вебсайтів конфліктували з традиційними медіа. Так, телекомпанія CBS випустила в ефір програму, у якій були продемонстровані нібито архівні документи, згідно з якими президент Джордж Буш, будучи військовослужбовцем, уникнув відправки до В'єтнаму завдяки протекції. Ця передача вийшла в розпал виборчої кампанії. Блогери, прихильники Буша, довели, що використані

CBS документи фальшиві – і телеканал вибачився. Найбільші партії США – Демократична і Республіканська – акредитували низку блогерів на своїх партійних з'їздах як представників медіа. Впливовий журнал *Foreign Policy*, який опитав провідних політичних коментаторів і журналістів США, дійшов висновку, що більшість з них постійно відвідують сторінки персональних інтернет-журналів. За даними дослідження *Pew Research Center for the People and the Press* [7], близько 4% американських користувачів інтернету постійно звертаються до блогів для отримання інформації. Блогери активно проявили себе під час стихійного лиха – азійського цунамі. Вони допомогли сотням жертвам катастрофи знайти зниклих рідних і близьких, отримати допомогу.

Журнал *Advertising Age* опублікував результати дослідження про те, скільки робочого часу американці витрачають на перегляд інтернет-сервісів. Як виявилось, активних читачів блогів – приблизно 35 мільйонів користувачів – це четверта частина працюючого населення США. У середньому кожен з них витрачає на перегляд блогів 3,5 години в тиждень, що становить 9% загальної тривалості перебування на робочому місці. Це означає, що 2005 року економіка США втратила майже 5 мільярдів робочих годин. Якщо оцінити масштаб цих втрат на основі середньої погодинної оплати в приватному секторі, яка становить 16 доларів, то фінансові збитки становитимуть до 80 мільярдів доларів. Відзначено перші випадки блог-звільнень. Компанія *Delta Air Lines* усунула від роботи співробітницю після того, як вона помістила свою світлину у формі на сторінку особистого щоденника. Корпорація *Microsoft* звільнила підрядника, який виклав у своєму інтернет-щоденнику фотографії комп'ютера *Apple*.

Попри те, що відеоблоги вже існували, для них не ще було створено спеціальної платформи. 2005 року був запущений *YouTube*, проте спочатку він був насамперед сайтом знайомств, де люди розповідали про себе в коротких відео. Поступово цей сервіс почав залучати творців відеоконтенту й набув того вигляду, який ми знаємо сьогодні [5].

Кордон між ЗМІ та блогерами став ще тоншим після запуску інтернет-видання *Huffington Post* у травні 2005 року. Спочатку це був політичний форум, і *Washington Post* назвала його «колективним блогом», зараз це один з найпопулярніших інформаційних

порталів. *Huffington Post* – це не тільки платформа для синдикації, а й джерело оригінального контенту від штатних співробітників, оглядачів і сторонніх блогерів [2].

2006 року запустили *Twitter*, і написання постів в 140 (або менше) букв швидко стало дуже популярним. Твітер, по суті, заклав основи мікроблогінгу: думки, історії та інші форми контенту стали подавати в мініформатах.

За оцінками пошукової системи *Technorati*, кількість блогів подвоюється кожні п'ять з половиною місяців. Щодня в інтернеті з'являється приблизно 75 тисяч нових сторінок інтернет-щоденників, тобто в середньому одна сторінка в секунду. Однак не більше половини оновлюють свої записи через три місяці з моменту початку їх створення. Близько 9% блогів створюються автоматично, здебільшого як спам. Згідно з дослідженням *Pew Internet Center*, підлітки значно більше «блогалізовані», ніж дорослі жителі США. 19% тинейджерів створили власні блоги, а 28% постійно читають подібні сторінки у Всесвітній мережі. Для порівняння – блоги є в 7% повнолітніх американців, лише 27% з них постійно читають чужі онлайн-щоденники. Свої блоги створили політики, зірки шоу-бізнесу. Компанія *Hostway* провела опитування і з'ясувала, що третина американців відвідувала блоги раніше, а стільки ж – ніколи про них не чула. 52% респондентів вважають, що блогери повинні мати такі самі права, що й журналісти традиційних ЗМІ. Низка великих компаній, наприклад, *Sun Microsystems* і *Microsoft*, позитивно ставиться до того, що їхні співробітники створюють блоги. Але деякі переслідують інтернет-авторів, як, зокрема, у Китаї, за матеріали, що, наприклад, суперечать генеральній лінії правлячої партії країни. Тож компанії, що надають послуги зі створення інтернет-щоденників, змушують закривати небажані блоги. Кількість наявних і постійно оновлюваних блогів досягла 15–18 мільйонів, що свідчить: світова блогосфера стрімко розвивається в геометричній прогресії. За висновками одного з провідних англомовних блог-пошукачів *Technorati.com*, на вересень 2006 року у світі вже було більше 54 мільйонів блогів [10].

2007 року армія США випустила спеціальну інструкцію для військовослужбовців (аналогів їй у світі більше немає), які вели персональні інтернет-

щоденники. У ній не рекомендували розмішувати світлини чи інші зображення, що могли негативно вплинути на психіку людини. Наприклад, заборонили виставляти фотографії бойових операцій, вибухових пристроїв, полонених, загиблих і поранених, зображення систем охорони й ін. Загалом військовослужбовцям пропонували погоджувати свої пости з командуванням.

Протягом 2008–2011 років зростала популярність інтернету, за допомогою якого люди могли швидко знайти потрібну інформацію. Друковані видання (газети, журнали) частково перейшли в онлайн. Розвивалась мережа інтернет-магазинів.

2012 року почала працювати безкоштовна платформа для блогів – Medium. Цей онлайнвий видавничий сервіс був спочатку повністю безоплатний, зараз він має і платний контент. Блогосфера продовжувала розвиватися стрімкими темпами, і справжні інновації в неї вніс Medium – інтернет-хостинг, на якому розміщували блоги різного спрямування.

Вибори президентів, стихійні лиха, скандали – про ці й інші події користувачі в 2013–2014 роках здебільшого дізнавалися з блогів.

До рейтингу 10 найбільш відвідуваних сайтів 2015 року увійшли дві блогінг-платформи: YouTube (3 місце) і Twitter (8 місце), і їх визнання лише зростає.

Блогінг став настільки популярним до 2016 року, що система WordPress додала розширення домену .blog до списку можливих URL-адрес блогів. Це означало, що користувачі могли вибирати доменне ім'я з розширенням .blog.

Найбільш перспективними в 2017–2018 роках вважають відео- та фотоблогінг. Наприклад, Instagram набув популярності за рахунок Stories і можливості вести інтерактивний щоденник, використовуючи світлини, тексти, відео та стрим у реальному часі. Успішні блогери стали заробляти на рекламі, підвищуючи вимоги до рекламодавців, і більш відповідально ставитися до відбору контенту, що змусило суспільство сприйняти блогерство як рід діяльності, рівноцінний журналістиці.

Розвиток блогосфери дав змогу суспільству вирішувати важливі проблеми. Так, 2019 року люди дізналися, зокрема й через інтернет-дописи, про пожежу в соборі Нотр-Дам де Парі та зібрали необхідні кошти

на його відновлення. Разом з позитивом (можливість спілкування, пізнавати нове, презентувати себе чи компанію) блоги спричинили й розчарування їхніх користувачів: інтернет-простір наповнився недоброросовісною рекламою, підробленими оглядами, тобто інформаційним сміттям [8].

2020 року ведення блогу збільшило потік брендів в інтернет на 700%. Користувачі витрачали утричі більше часу на блоги, ніж на електронну пошту. Як стверджує хостинг WordPress, нині люди в середньому читають близько десяти блогів на день. Пандемія коронавірусу у світі дала потужний поштовх до розвитку інтернет-комунікації – і блогосфера нині переживає значний розквіт.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що вперше здійснено спробу описати історію блогів від їх появи до наших днів.

Висновки. Отже, блог пройшов тривалий шлях розвитку з 1994 року по сьогоднішній день. Кількість онлайн-дописувачів постійно зростає. Нині в 90% компаній працює щонайменше один блогер (за наймом або фрилансер), який створює відповідний контент для бренду. Крім того, блоги стали потужним рекламним майданчиком як для окремих підприємців, так й організацій. У світі три мільярди людей користуються інтернетом, і 75% з них читають або публікують блоги. Питання появи та розвитку блогів завжди буде цікавим для науковців, дослідників і пересічних громадян, оскільки такі знання певним чином дадуть змогу спрогнозувати майбутнє інтернет-простору.

Література

1. Ализар А. СМІ против блогів: хто впливатиме. Webplanet.ru, 2005. 22 марта. URL: <http://www.webplanet.ru/news/internet/2005/3/22/btoga.html>
2. Хитров А. Блог как феномен культуры. URL: <http://ecsocman.hse.ru/data/518/878/1219/05-Nitrov.pdf> (дата звернення: 17.01.2021).
3. Бобошко Т. М. Комунікативні стратегії й тактики та оцінні висловлення. Лінгвістика XXI століття. 2013. С. 51–58. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/linds_2013_2013_8 (дата звернення: 22.01.2021).
4. Блог. Вікіпедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Блог> (дата звернення: 15.01.2021).
5. Захарова М. А. Российская блогосфера: культурологический анализ. Владивосток, 2018. 95 с. URL: <https://nauchkor.ru/uploads/documents/5b8ec7537966e1073081bb48.pdf> (дата звернення: 21.12.2020).

6. Історія блогів. Коротка історія блогів. Totrodlo.ru. URL: <https://totrdlo.ru/uk/istoriya-blogov-kratkaya-istoriya-blogov.html> (дата звернення: 27.01.2021).

7. История ведения блогов: как развивались блоги (с 1993 по 2020 годы). Saitsamy.blogspot.com. URL: <https://saitsamy.blogspot.com/2019/08/1993-2019.html#history-of-blogging14> (дата звернення: 09.01.2021).

8. Носик А. Блоггинг: точки пересечения с интернет-СМИ и возможное развитие в российской реальности. Webplanet.ru, 2005. 26 сентября URL: <http://www.webplanet.ru/news/reading-room/2005/9/26/nossik.html> (дата звернення: 20.01.2021).

9. Оля О. Блог та його різновиди. URL: <https://sites.google.com/site/bloggbloggg1029384756/home/blog-riznovidi-blogu> (дата звернення: 27.01.2021).

10. Поняття блогу, види блогів. URL: <http://cherkalinart.blogspot.com/> (дата звернення: 25.01.2021).

11. Що таке блог і хто такі блогери? URL: <https://moyaosvita.com.ua/internet/shho-take-blog-i-xto-taki-blogeri/> (дата звернення: 17.01.2021).

References

1. Alizar A. (2005). Mass media versus blogs: who is more influential. Retrieved from <http://www.webplanet.ru/news/internet/2005/3/22/btoga.html> [in Russian].

2. Hitrov A. Blog as a cultural phenomenon. Retrieved from <http://ecsocman.hse.ru/data/518/878/1219/05-Hitrov.pdf> [in Russian].

3. Boboshko T. M. (2013). Communication strategies and tactics and evaluative statements.

Linguistics of the XXI century. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/linds_2013_2013_8 [in Ukrainian].

4. Blog. Retrieved from <https://uk.wikipedia.org/wiki/Блог> [in Ukrainian].

5. Zaharova M. A. (2018). Russian blogosphere: culturological analysis. Vladivostok. Retrieved from <https://nauchkor.ru/uploads/documents/5b8ec7537966e1073081bb48.pdf> [in Russian].

6. History of blogs. A brief history of blogs. Retrieved from <https://totrdlo.ru/uk/istoriya-blogov-kratkaya-istoriya-blogov.html> [in Ukrainian].

7. History of blogging: how blogs developed (from 1993 to 2020). Retrieved from <https://saitsamy.blogspot.com/2019/08/1993-2019.html#history-of-blogging14> [in Russian].

8. Nosik A. (2005). Blogging: intersections with online media and possible developments in the Russian reality. Retrieved from <http://www.webplanet.ru/news/reading-room/2005/9/26/nossik.html> [in Russian].

9. Olya O. Blog and its varieties. Retrieved from <https://sites.google.com/site/bloggbloggg1029384756/home/blog-riznovidi-blogu> [in Ukrainian].

10. The concept of a blog, types of blogs. Retrieved from <http://cherkalinart.blogspot.com/> [in Ukrainian].

11. What is a blog and who are bloggers? Retrieved from <https://moyaosvita.com.ua/internet/shho-take-blog-i-xto-taki-blogeri/> [in Ukrainian].

*Стаття надійшла до редакції 30.03.2021
Отримано після доопрацювання 16.04.2021
Прийнято до друку 19.04.2021*