

Цитування:

Бугайова О. І., Бугайов М. В. Блоги як пізнавальний ресурс у контексті сучасної цифрової культури. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал. 2025. № 2. С. 46–51.

Buhaiova O., Buhaiov M. (2025). Blogs as a Cognitive Resource in the Context of Modern Digital Culture. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald: Science journal*, 2, 46–51 [in Ukrainian].

Бугайова Оксана Іванівна,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри гуманітарних дисциплін
Національної академії керівних кадрів
культури і мистецтв
<https://orcid.org/0000-0002-2084-3457>
obugayova@nakkkim.edu.ua

Бугайов Микола Вікторович,
доктор філософії з культурології
<https://orcid.org/0000-0001-8554-0126>
kbugajov1996@gmail.com

БЛОГИ ЯК ПІЗНАВАЛЬНИЙ РЕСУРС У КОНТЕКСТІ СУЧАСНОЇ ЦИФРОВОЇ КУЛЬТУРИ

Мета статті – виявити пізнавальний потенціал блогів як елемента цифрової культури, що формує нові практики сприйняття, осмислення та передачі знань. **Методологічною основою** дослідження стали: методи аналізу й синтезу, узагальнення та систематизації – для виявлення проблемних аспектів теми та всебічного їх опрацювання; контент- і дискурс-аналіз, що дало змогу виявити специфіку блогів як цифрових комунікативних інструментів; міждисциплінарний підхід: проблемне питання проаналізовано з позицій таких наук, як культурологія, комунікативістика, когнітивістика, педагогіка, психологія, цифрова лінгвістика. **Наукова новизна статті** полягає в тому, що в ній блоги представлено як когнітивний інструмент цифрової культури, у межах якого виробилися власні моделі передачі інформації, з інтелектуальною та емоційною залученістю аудиторії, що дає змогу в результаті віртуальної взаємодії формувати культурні установки покоління XXI ст. **Висновки.** Отже, у сучасному інформаційному суспільстві блоги постають як форма цифрової комунікації, що активно транслює знання, формує культурні орієнтири, використовуючи власні специфічні когнітивні механізми їх вироблення. Пізнавальний потенціал блогів посилений такими ознаками блогів, як комунікативність, наявний образ автора, спрямованість контенту на певного користувача, емоційність подачі інформації, інтерактивність та доступність. У контексті цифрової культури блоги постають як майданчики для формальної і неформальної освіти. Як складник сучасної цифрової культури, вони на сьогодні відіграють важливу роль у формуванні культури споживання інформації, поширенні матеріальних і культурних цінностей суспільства, сприяють їх переосмисленню в умовах глобалізованого інформаційного простору.

Ключові слова: цифрова культура, блог, когнітивний потенціал, інтернет-дискурс, культурна комунікація, культура споживання інформації, онлайн-навчання, комунікативні практики.

Buhaiova Oksana, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Department of Humanities, National Academy of Culture and Arts Management; Buhaiov Mykola, Ph.D in Philosophy (Cultural Studies)

Blogs as a Cognitive Resource in the Context of Modern Digital Culture

The purpose of the article is to identify the cognitive potential of blogs as an element of digital culture that shapes new practices of perception, comprehension, and transmission of knowledge. **The methodological framework** of the study includes methods of analysis and synthesis, generalisation and systematisation — to identify problematic aspects of the topic and to thoroughly address them; content and discourse analysis, which made it possible to reveal the specificity of blogs as digital communicative tools; and an interdisciplinary approach: the research problem is analysed through the lenses of cultural studies, communication studies, cognitive science, pedagogy, psychology, and digital linguistics. **The scientific novelty** of the article lies in presenting blogs as a cognitive instrument of digital culture within which unique models of information transmission have emerged, characterised by intellectual and emotional engagement of the audience. This enables the formation of cultural attitudes of the 21st century generation through virtual interaction. **Conclusions.** Thus, in the modern information society, blogs appear as a form of digital communication that actively transmits knowledge and shapes cultural orientations, using their own specific cognitive mechanisms of meaning-making. The cognitive potential of blogs is enhanced by such features as communicativeness, the presence of an authorial persona, content orientation toward a specific user, emotional presentation of information, interactivity, and accessibility. Within the context of digital culture, blogs serve as platforms for both formal and informal education. As a component of contemporary digital culture, they now play an important role in shaping

knowledge, disseminating material and cultural values of society, and contributing to their reinterpretation within a globalised information space.

Keywords: digital culture, blog, cognitive potential, internet discourse, cultural communication, information consumption culture, online learning, communicative practices.

Актуальність теми дослідження. Інтернет спричинив появу і розвиток нових форм комунікації між людьми, позбавлених територіальних, часових, соціальних і культурних меж. Одною з таких є блог, що як специфічний цифровий інструмент протягом свого становлення і розвитку помітно змінився із часу своєї появи в інтернет-просторі: із дописів про особисте життя його авторів він став жанром, вільним у формальному та змістовому вираженні. Блоги як соціокультурне явище відіграють дедалі важливішу роль у формуванні культурних установок сучасного суспільства. Формат блогів, змінивши звичні комунікативні практики й активізувавши інтеграційні процеси, віртуалізував способи набуття нових знань, формування інтелектуального й емоційного досвіду, сприявши появі нових культурних явищ. На відміну від традиційних моделей навчання, блоги характеризуються інтерактивністю та діалогічністю, що створює нові механізми поширення інформації. Як новітня форма культурної комунікації блоги формують власні специфічні моделі освітнього та культурного впливу; а як актори сучасної культури, вони здатні вибудовувати стійкі уявлення про норми поведінки, цінності тощо. Дослідження когнітивної ролі блогів у сучасному інтернет-дискурсі дасть змогу з'ясувати, як технологічні зміни вплинули на культурно-просвітницькі процеси, на механізми формування способу світосприйняття як основи культурних установок.

Мета статті – виявити пізнавальний потенціал блогів як елемента цифрової культури, що формує нові практики сприйняття, осмислення та передачі знань.

Аналіз досліджень і публікацій. Комунікація в сучасних умовах всесвітньої культурної інтеграції та уніфікації, спричинених динамічним розвитком цифрових технологій, зазнає змін – як усередині структури, так і поза нею, у способах застосування і репрезентації. Одним із таких є блог як форма неформального навчання за допомогою цифрових платформ. Питання блог-формату як технології, що активізує та індивідуалізує процес набуття нових знань, українські дослідники активно обговорювали у 2010–2020-х роках, аналізуючи вітчизняний і зарубіжний досвід [1; 5; 7; 14 та ін.]. Як

педагоги-практики, вони розглядали блоги насамперед як засіб підвищення ефективності академічного навчання, формування спеціальних компетентностей. Культурологічний аспект блогів, які спрямовані на формування корисних навичок, ще не був предметом окремого ґрунтовного вивчення науковців. Дотичними до цієї тематики є, зокрема, праці таких українських вчених, як-от: С. Матяш і Л. Кузнецова, які блог розглядають як «персональний суб'єктивований віртуальний простір», що в межах мережевого суспільства «надає актуальну інформацію», формуючи його масову свідомість [10, 78] та водночас «нарошуючи інтелектуальний потенціал» у вигляді «певної мережевої соціально-культурної еліти» [10, 91]; Ж. Денисюк, яка визначала блоги як комунікативні інтернет-практики, що, як й інші цифрові інструменти та платформи, у яких домінує візуальний компонент, стали середовищем «культурного обміну, креативу, соціалізації зі своїми внутрішніми численними мережевими зв'язками й підпорядкованістю» [8, 12]; Н. Приходько, який наголосив на полідисциплінарному значенні блогів, що є ретрансляторами різноаспектної актуальної інформації [12, 373]. Закордонні дослідники розглядають блоги як інструмент обміну знаннями, що може заохочувати користувачів до інтелектуальної та культурної співпраці [17]; як універсальну комунікативну платформу, що демократизувала процес набуття нових знань [18]; як засіб формування когнітивного авторитету для очікуваної аудиторії на основі різних видів інформації: практичній та науковій [19] тощо. Дослідники психологічних аспектів блогізації комунікативного середовища вважають, що «в умовах мережевої культури блог стає однією з варіацій дискурсивного декларування, конструювання досвіду особистості, новим типом автонаративу» [6, 104]; блоги є майданчиком для неформального об'єднання інтернет-користувачів на основі спільних інтересів, культурних орієнтацій; таке анонімне й асинхронне онлайн-спілкування формує норми й цінності, характерні для цифрової комунікації [4]; а блогерство як діяльність слугує інструментом саморефлексії та особистісного розвитку блогерів [3]. Проаналізуємо більш детально блоги як

інструмент поширення нових знань; з'ясуємо, як формат блогів вплинув на процес набуття пізнавального досвіду.

Виклад основного матеріалу. Прагнення до пізнання є фундаментальною потребою людини, що дає їй змогу ефективно адаптуватися в мінливому світі. Блоги як складник сучасної цифрової культури на сьогодні є важливим пізнавальним ресурсом, що, поєднуючи досвід його автора та інтерактивний спосіб подачі цих знань, створюють ілюзію «живого» діалогу, включеності в комунікацію. Звернення до блогів як до джерела знань пов'язане з внутрішньою мотивацією людини до саморозвитку, самореалізації, з потребою в емоційній та інтелектуальній новизні, у можливості соціалізації, нехай навіть у віртуальному просторі.

У цифрову епоху блоги стають частиною культурного самопізнання: у них відбувається пошук не лише окремих фактів, а й сенсів, світоглядних орієнтирів, прагнення людини пізнати себе та світ у формах, притаманних культурі ХХІ ст. Цифрове дискурсивне середовище зумовило нові комунікативні запити для обміну знаннями. Українська дослідниця В. Чорнобай вказала, що інтернет стає майданчиком для комунікації людей з певними інтересами: онлайн-спільнот, об'єднаних прагненням до самовдосконалення, підвищення рівня своєї «реальної інтелектуальності» завдяки віртуальним інструментам, з особливими формальними та змістовими якостями, властивими саме онлайн-спілкуванню [15, 46]. Формат блогів цьому сприяє, оскільки їм притаманні такі ознаки, як: комунікативність (головне завдання блогера – своїм контентом зацікавити аудиторію, встановити з нею зворотний зв'язок), образ автора (у блозі завжди експліцитно чи імпліцитно наявний автор, наповнення блогу свідчить про вподобання його автора, що робить подану інформацію більш «живою» для користувача), образ адресата (блог передбачає двосторонню комунікацію, реакцію читачів на пропонований контент, що створює враження віртуального діалогу з автором контенту), образ часу (запис у блозі може реагувати на явище, що минуло, починати нову тему або спонукати аудиторію до конструювання майбутнього) [13].

Автори блогів пропонують контент, долаючи суперечності між усталеними комунікативними практиками та альтернативними цифровими. Інтернет-простір

запропонував власні засоби для популяризації знань, стимулювавши розвиток нових цифрових жанрів, у межах яких блогери комунікують з аудиторією, залучаючи її до культурного й інтелектуального обміну. Завданням авторів таких вебресурсів є популяризувати їх, стежити за інформаційними запитами аудиторії та оперативно їх задовольняти, водночас стимулювати потрібні запити, створювати пізнавальні тренди. Про цікавість до них користувачів можуть свідчити кількість переглядів, коментарів, географія відвідувань. Інтерактивність такого вебресурсу забезпечує зворотний зв'язок з користувачами, його діалогічність. А мультимедійність (поєднання тексту, графіки, аудіо та відео) і гіпертекстовий характер інформації (її пов'язаність з іншими матеріалами гіперпосиланнями для швидкого пошуку потрібної інформації) надає значну перевагу формату блогу перед традиційними формами навчання.

Усі блоги мають певну пізнавальну цінність для їх користувачів. Проте значний когнітивний потенціал мають вебресурси, які спеціалізуються на тому, що цілеспрямовано поширюють певні знання, формують онлайн-простір формальної чи неформальної освіти. Більш спеціалізовані на формуванні певних корисних навичок – навчальні – блоги наявні в класифікаціях: за тематикою (поруч з розважальними, інформаційними, комбінованими відеоблогами), за призначенням (також виділено інформаційно-пізнавальні та бізнес-блоги) тощо. При цьому вони поділені на «блог викладача, блог класу / групи; блог спеціалізованого інтернет-товариства; блог предметного об'єднання; блог навчального проєкту; блог, присвячений конкретній темі; блог – електронний зошит здобувача; блог – онлайн-газета» тощо [2, 58]. Як комунікативна технологія, блоги дають змогу підлаштуватися під сучасні запити людей, що потребують новітніх підходів у формуванні інтелектуального досвіду, культурних установок. Так, вивчаючи вплив інтернету на дослідницьку практику, французькі науковиці Е. Роулі-Джоліве та Ш. Картер-Томас дійшли висновку, що наука тепер має можливість демонструвати свої відкриття не лише в паперовому вигляді, а й у форматі вебінарів, дослідницьких блогів, мікроблогів, гіпертекстових статей, онлайн-рецензій, онлайн-презентацій, протоколів відкритих лабораторій та ін., що засвідчило адаптивність блогів як пізнавального ресурсу

до потреб часу [21]. Вітчизняна дослідниця Я. Лісун виділила також «сторителінг, комікси, інтерактивні книжки, віртуальні фірмові герої освітнього бренду» як ефективні навчальні онлайн-інструменти [11, 89]. Інтернет демократизував науку, надавши можливість молодим дослідникам у кількахвилинних роликах репрезентувати необмеженій віртуальній аудиторії свої ідеї і цим формувати власний імідж авторитетних особистостей.

Сучасна цифрова культура трансформувала способи створення, передачі та сприйняття знань, унаслідок чого зазнали змін комунікативні практики, форми самовираження. Блоги як одна з форм цифрової комунікації стали індикатором цих змін, відбивши нові механізми культурного обміну в мережевому середовищі. Інтернет-формат спілкування дав змогу людям ділитися знаннями в онлайн-режимі, без потреби бути безпосередньо знайомими, фізично бути присутніми при комунікації. Це змінило спосіб взаємодії: блогери (як і читачі їх контенту) мають змогу обирати свій образ віртуального мовця в різних комунікативних ситуаціях, тобто залишатися собою, бути анонімом, ставати онлайн-індивідом, який існує лише в конкретній ситуації, чи поєднувати різні формати таких віртуальних особистостей. Для кожної комунікативної ситуації блогери обирають певні засоби впливу на читачів. Як показало дослідження, це переважно відео з графічними та звуковими ефектами, аби задіяти всі репрезентативні системи людини: зір, слух, відчуття, логіку. Інтернет-формат спілкування змінив специфіку усного мовлення, що в безпосередньому мовленнєвому контакті, як правило, спонтанне та не відворотне в часі: блогер має змогу фіксувати своє усне мовлення і змінювати його необмежену кількість разів, проте без урахування кожного конкретного співрозмовника і його невербальної реакції – жестів, міміки, інтонації тощо. Спілкування блогерів з аудиторією має монологічну чи діалогічну форму, а в умовах охоплення інтернет-аудиторії його можна охарактеризувати як полілогічний. Блогери здійснюють вплив або відкрито, вказуючи готові рішення, шаблони поведінки, або приховано, даючи змогу читачеві дійти висновку самостійно, передбаченого комунікативною ситуацією, яку змодельовував блогер. Прийоми, які застосовують блогери, суголосні з прийомами нейролінгвістичного програмування: збудити інтерес публіки

новизною, нестандартністю, динамічністю – «заякоритися» за допомогою мелодії, художнього образу чи віртуального образу самого автора; утримати цю увагу, з підсвідомого рівня діставшись свідомого через наголошення на важливості та актуальності повідомлення.

Віртуальний формат блогів вплинув на комунікативні особливості такого цифрового дискурсу, сприявши виробленню нових стратегій залучення аудиторії, що полягає у використанні засобів активізації уваги – візуальних, аудіальних, мовленнєвих, смислових. Такий формат онлайн-взаємодії – менш формалізований, порівняно з традиційним навчанням, більш експресивний, інтерактивний та індивідуалізований – створює відчуття безпосередності спілкування, заохочує користувачів до діалогу. Відеоролики блогерів часто являють собою мініінсценізації проблемної ситуації. Також у їх професійному арсеналі – гумор, виразна мова тіла, вокальні ефекти, аналогії з особистими ситуаціями, неформальний тон, колоритний зовнішній вигляд. Блоги є рефлексією на сучасний стан культури й водночас його відображенням, демократизуючи різні світогляди. Як і в класичній формі навчання, блогер може виконувати роль професіонала-тренера, проте, на відміну від офлайн-формату, в онлайн-форматі він не обмежений аудиторією. Це відкриває нові можливості й водночас висуває вимоги адаптувати свій образ автора під віртуальну глобальну аудиторію, вибагливу до споживаного контенту через доступ до значного масиву інформації.

Позитивні аспекти блогів як пізнавальних інформаційних ресурсів водночас містять у собі й значні ризики: формат блогів формує фрагментарне, кліпове сприйняття, без ґрунтового, всебічного вивчення проблемного питання. Доступність, візуальна привабливість, емоційна насиченість контенту спрощують процес активізації уваги, яку згодом складно тривалий час утримувати на одному об'єкті: мозок налаштовується на отримання швидких рішень, без критичного їх аналізу.

Наукова новизна статті полягає в тому, що в ній блоги представлено як когнітивний інструмент цифрової культури, у межах якого виробилися власні моделі передачі інформації, з інтелектуальною та емоційною залученістю аудиторії, що дає змогу в результаті віртуальної взаємодії формувати культурні установки покоління XXI ст.

Висновки. Отже, у сучасному інформаційному суспільстві блоги постають як форма цифрової комунікації, що активно транслює знання, формує культурні орієнтири, використовуючи власні специфічні когнітивні механізми їх вироблення. Пізнавальний потенціал блогів посилений такими ознаками блогів, як комунікативність, наявний образ автора, спрямованість контенту на певного користувача, емоційність подачі інформації, інтерактивність та доступність. У контексті цифрової культури блоги постають як майданчики для формальної і неформальної освіти. Як складник сучасної цифрової культури, вони на сьогодні відіграють важливу роль у формуванні культури споживання інформації, поширенні матеріальних і культурних цінностей суспільства, сприяють їх переосмисленню в умовах глобалізованого інформаційного простору.

Література

1. Бажміна Е. А. Блог з інженерної графіки у вищій школі. *Нові матеріали і технології в машинобудуванні-2018* : матер. Х Міжнар. наук.-техн. конф. Київ : НТУУ «КПІ» С. 29–30. URL: <https://eir.zp.edu.ua/server/api/core/bitstreams/64a75c55-eb07-4a00-9802-b2c0b3e43407/content> (дата звернення: лютий 2025).
2. Бугайов М. В. Соціокультурний феномен блогів: культурологічний вимір : дисертація ... доктора філософії: 034 «Культурологія». Київ : НАКККиМ, 2023. 199 с.
3. Вознесенська О. Л. Візуально-нарративні засоби медіаторності: блогерство як вид медіаарттерапії. *Простір арттерапії*. 2021. № 1 (29). С. 4–17.
4. Волошин С., Чопик Л. Психологія віртуального спілкування: особливості формування міжособистісних стосунків у віртуальному просторі. *Наукові перспективи*. 2023. № 11(41). <https://docs.academia.vn.ua/bitstream/handle/123456789/1550/7741-%d0%a2%d0%b5%d0%ba%d1%81%d1%82%20d1%81%d1%82%d0%b0%d1%82%d1%82%d1%96-7785-1-10-20231208.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: лютий 2025).
5. Григорович О. В. Блог як засіб розвитку навчально-пізнавальної компетентності студентів в Іспанії. *Теорія та методика навчання та виховання*. 2012. Вип. 31. С. 56–68.
6. Гуцол К. В. Особливості сформованості нарративної компетентності користувачів соціальних мереж. *Актуальні проблеми психології*. 2021. Т. 2. Вип. 13. С. 104–115.
7. Дацків О. П. Навчальний блог як засіб формування професійної компетентності майбутніх учителів англійської мови. *Мови професійної комунікації: лінгвокультурний, когнітивно-дискурсивний, перекладознавчий та методичний аспекти* : матер. III Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 21 квітня 2016 р.). Київ : НТУУ «КПІ», 2016. С. 155–157.
8. Денисюк Ж. З. Візуальна комунікація як феномен масової культури. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2022. № 2. С. 9–14. DOI: <https://doi.org/10.32461/2226-3209.2.2022.262194>.
9. Жигаліна О. Блог як гіпержанр інтернет-комунікації. *Психолінгвістика*. 2009. Вип. 4. С. 210–216.
10. Матяш С. В., Кузнецова Л. А. Трансформації соціокультурного простору: мережевий світ та інформаційні практики : монографія. Київ : КНУТД, 2025. 160 с.
11. Лісун Я. В. Блогінг у сфері вищої освіти: теоретичний та практичний досвід провідних ЗВО Європи. *Економічний вісник Дніпровської політехніки*. 2024. № 3. С. 89–100. DOI: <https://doi.org/10.33271/ebdut/87.089>.
12. Приходько Н. К. Мистецькі блоги як інструмент трансляції культурної ідентичності в інформаційному суспільстві. *Global science: prospects and innovations* : Proceedings of the 6th International scientific and practical conference. Cognum Publishing House. Liverpool, United Kingdom, 2024. С. 372–375.
13. Пронь Х. Мовленнєві жанри «докір» та «блог-запис» як сучасні жанри інтернет комунікації. *Інформація. Мова. Інтелект* : тези доповідей Міжнар. наук. конф. до 75-річчя від дня народження та 50-річчя науково-педагогічної діяльності академіка НАН України В. А. Широкова (Київ, 30–31.10.2023). Київ; Варшава, 2023. С. 175–180.
14. Слабко В. М., Запольська Ю. А. Навчальні блоги як інструмент дистанційної форми навчання у формуванні професійної іншомовної компетентності студентів інженерно-технічних спеціальностей. *Наукові записки. Педагогіка*. 2021. № 145. С. 191–199. DOI: <https://doi.org/10.31392/NZ-npu-145.2019.21>.
15. Чорнобай В. Лексико-семантичний аспект комунікації у соціальних мережах. *Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Філологія*. 2023. № 5 (10). С. 44–49.
16. Diane D. Belcher. Digital genres: What they are, what they do, and why we need to better understand them. *English for Specific Purposes*. 2023. Vol. 70. P. 33–43.
17. Yanyan Shang, Yousra Harb. Why Would I Share?: The Intention to Use Blogs for Knowledge Sharing According to Gender, Experience, and Cultural Differences. *International Journal of Knowledge Management (IJKM)*. 2021. № 17(3). P. 20. DOI: <https://doi.org/10.4018/IJKM.2021070105>.
18. Lyndon Seitz. The Evolution of Blogging: Everything You Need to Know. *Broadband Search*. 14.05.2025. URL: <https://www.broadbandsearch.net/blog/history-evolution-of-blogging> (дата звернення: лютий 2025).
19. Multas Anna-Maija, Hirvonen Noora. "Let's keep this video as real as possible": young video bloggers constructing cognitive authority through a health-related information creation process. *Journal of*

Documentation. 2022. Vol. 78, No. 7. P. 42–64. DOI: <https://doi.org/10.1108/JD-02-2021-0027>.

20. Miller, Carolyn R., Dawn Shepherd. Questions for Genre Theory from the Blogosphere. *ResearchGate*. 2009. P. 263–290.

21. Rowley-Jolivet Elizabeth, Carter-Thomas Shirley. Research goes digital: A challenge for genre analysis? *ASp*. 2023. №84. P. 15–40.

References

1. Bazhmina, E. A. (2018). A Blog on Engineering Graphics in Higher Education. New Materials and Technologies in Mechanical Engineering–2018: Proceedings of the 10th International Scientific and Technical Conference. Kyiv, 123–127. Retrieved from <https://eir.zp.edu.ua/server/api/core/bitstreams/64a75c55-eb07-4a00-9802-b2c0b3e43407/content> [in Ukrainian].

2. Buhaiov, M. V. (2023). Sociocultural Phenomenon of Blogs: Cultural Dimension. PhD Dissertation. Kyiv [in Ukrainian].

3. Voznesenska, O. L. (2021). Visual-Narrative Tools of Media Creativity: Blogging as a Form of Media Art Therapy. *Art Therapy Space*, (1)29, 4–17 [in Ukrainian].

4. Voloshyn, S., & Chopik, L. (2023). Psychology of Virtual Communication: Features of Interpersonal Relationship Formation in Virtual Space. *Scientific Perspectives*, (11)41. Retrieved from <https://docs.academia.vn.ua/bitstream/handle/123456789/1550/7741-%d0%a2%d0%b5%d0%ba%d1%81%d1%82%20%d1%81%d1%82%d0%b0%d1%82%d1%82%d1%96-7785-1-10-20231208.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [in Ukrainian].

5. Hryhorovych, O. V. (2012). Blogging as a Tool for Developing Students' Educational and Cognitive Competence in Spain. *Theory and Methods of Teaching and Upbringing*, (31), 56–68 [in Ukrainian].

6. Hutsol, K. V. (2021). Features of the Narrative Competence Formation in Social Media Users. *Topical Issues of Psychology*, 2(13), 104–115 [in Ukrainian].

7. Datskiv, O. P. (2016). Educational Blog as a Tool for Developing Professional Competence of Future English Language Teachers. In Languages of Professional Communication: Linguocultural, Cognitive-Discursive, Translation and Methodological Aspects: Proceedings of the 3rd International Scientific and Practical Conference (Kyiv, April 21, 2016). Kyiv, 155–157 [in Ukrainian].

8. Denysiuk, Zh. Z. (2022). Visual Communication as a Phenomenon of Mass Culture. Bulletin of the National Academy of Culture and Arts Management, (2), 9–14. DOI: <https://doi.org/10.32461/2226-3209.2.2022.262194> [in Ukrainian].

9. Zhyhalina, O. (2009). Blog as a Hypergenre of Internet Communication. *Psycholinguistics*, 4, 210–216 [in Ukrainian].

10. Matiash, S. V., & Kuznetsova, L. A. (2025). Transformations of the Sociocultural Space: The Networked World and Information Practices. Kyiv [in Ukrainian].

11. Lisun, Y. V. (2024). Blogging in Higher Education: Theoretical and Practical Experience of Leading European Universities. *Economic Bulletin of Dnipro University of Technology*, (3), 89–100. DOI: <https://doi.org/10.33271/ebdut/87.089> [in Ukrainian].

12. Prykhodko, N. K. (2024). Art Blogs as a Tool for Transmitting Cultural Identity in the Information Society. In Global science: Prospects and innovations: Proceedings of the 6th International Scientific and Practical Conference). Liverpool, United Kingdom, 372–375 [in Ukrainian].

13. Pron, Kh. (2023). Speech Genres 'Reprimand' and 'Blog Post' as Modern Genres of Internet Communication. *Information. Language. Intellect*: Abstracts of reports of the International Scientific Conference dedicated to the 75th anniversary of the birth and 50th anniversary of the scientific and pedagogical activity of Academician of the National Academy of Sciences of Ukraine V. A. Shyrokov (Kyiv, 30–31.10.2023). Kyiv – Warsaw [in Ukrainian].

14. Slabko, V. M., & Zapolska, Yu. A. (2021). Educational Blogs as a Tool of Distance Learning in the Formation of Professional Foreign Language Competence of Engineering Students. *Scientific Notes. Pedagogy*, (145), 191–199 [in Ukrainian].

15. Chornobai, V. (2023). Lexical and Semantic Aspect of Communication in Social Networks. *Scientific Works of the Interregional Academy of Personnel Management. Philology*, 5 (10) [in Ukrainian].

16. Diane, D. (2023). Belcher. Digital Genres: What they are, what they do, and why we need to better understand them. *English for Specific Purposes*, 70 [in English].

17. Yanyan, Shang, Yousra, Harb. (2021). Why Would I Share?: The Intention to Use Blogs for Knowledge Sharing According to Gender, Experience, and Cultural Differences. *International Journal of Knowledge Management (IJKM)*, 17(3), 20. DOI: <https://doi.org/10.4018/IJKM.2021070105> [in English].

18. Lyndon, Seitz. (14.05.2025). The Evolution of Blogging: Everything You Need to Know. *Broadband Search*. Retrieved from <https://www.broadbandsearch.net/blog/history-evolution-of-blogging> [in English].

19. Multas, A.-M., & Hirvonen, N. (2022). 'Let's Keep this Video as Real as Possible': Young Video Bloggers Constructing Cognitive Authority through a Health-Related Information Creation Process. *Journal of Documentation*, 78 (7), 42–64. DOI: <https://doi.org/10.1108/JD-02-2021-0027> [in English].

20. Miller, C. R., & Dawn, Sh. (2009). Questions for Genre Theory from the Blogosphere. *ResearchGate*, 263–290 [in English].

21. Rowley-Jolivet, E., & Carter-Thomas, Sh. (2023). Research Goes Digital: A Challenge for Genre Analysis? *ASp*, (84), 15–40 [in English].

Стаття надійшла до редакції 08.05.2025
Отримано після доопрацювання 12.06.2025
Прийнято до друку 19.06.2025