

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В. Н. КАРАЗІНА
СОЦІОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
Катедра медіакомунікацій

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
(ІННОВАЦІЙНИЙ МАГІСТЕРСЬКИЙ ПРОЄКТ)
**ВІДЕОБЛОГІНГ ЯК ЗАСІБ КОНСТРУЮВАННЯ
ОСОБИСТІСНОЇ ВІРТУАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ**

Виконала:

студентка 2 курсу групи СК-61
денної форми навчання
другого (магістерського) рівня
спеціальності 061 Журналістика
освітньо-професійної програми
«Аудіовізуальні медіа
та цифрова журналістика»
Олександра ЖУЛЯЄВА



Наукова керівниця:

докторка філософських наук,
професорка
Лідія СТАРОДУБЦЕВА

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Факультет соціологічний

Катедра медіакомунікацій

Рівень вищої освіти другий (магістерський)

Спеціальність 061 Журналістика

освітньо-професійна програма “Аудіовізуальні медіа та цифрова журналістика”

ЗАТВЕРДЖУЮ

В. о. завідувача катедри

_____ Л. В. СТАРОДУБЦЕВА

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ (ІННОВАЦІЙНИЙ МАГІСТЕРСЬКИЙ ПРОЄКТ)
ЖУЛЯЄВОЇ ОЛЕКСАНДРИ ВОЛОДИМИРІВНИ

1 Тема проєкту: “Відеоблогінг як засіб конструювання особистісної віртуальної ідентичності”,

керівниця проєкту: СТАРОДУБЦЕВА Лідія Володимирівна, професорка, докторка філософських наук,

затверджені наказом по університету від “ ____ ” _____ 2024 року № ____

2 Строк подання студентом проєкту: 22 листопада 2024 року

3 Перелік питань, які потрібно розробити:

- обґрунтувати актуальність теми дослідження;
- визначити мету, завдання, об’єкт, предмет, методи, теоретичну та емпіричну основу проєкту;
- окреслити наукову новизну і практичне значення роботи;
- проаналізувати досліджуваний феномен;
- виконати емпірико-практичну частину проєкту;
- зробити висновки до проведеного дослідження;
- оформити текст і список використаних джерел у відповідності до існуючих вимог.

4 План роботи над проєктом

№ з/п	Назви етапів роботи
1	Визначення структури кваліфікаційного магістерського проєкту
2	Збір матеріалу, добір літератури з теми
3	Робота над текстом кваліфікаційного магістерського проєкту, підготовка першого варіанту тексту у чорновій редакції, обговорення тексту з керівником проєкту
4	Доробка тексту з урахуванням пропозицій керівника проєкту
5	Робота над емпірико-практичною частиною кваліфікаційного магістерського проєкту
6	Підготовка й оформлення списку використаних джерел, рисунків, таблиць, додатків
7	Узгодження остаточного варіанту тексту та опису емпірико-практичної частини кваліфікаційного магістерського проєкту з керівником
8	Підготовка анотацій до проєкту
9	Одержання висновку керівника проєкту і рецензії зовнішнього експерта на кваліфікаційний магістерський проєкт

5 Дата видачі завдання: 25 жовтня 2023 року

Студентка



О. В. ЖУЛЯЄВА

Керівниця проєкту

Л. В. СТАРОДУБЦЕВА

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1 ІСТОРИКО-ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВІДЕОБЛОГІНГУ.....	10
1.1 Відеоблогінг у сучасній медіакультурі: дефініції ключових понять.....	10
1.2 Історія розвитку відеоблогінгу.....	12
1.3 Аналіз сучасного відеоблогінгу: теорії та концепції	13
Висновки до розділу 1.....	14
РОЗДІЛ 2 СПЕЦИФІКА ВІДЕОБЛОГІНГУ: ТЕХНОЛОГІЇ, ПЛАТФОРМИ ТА ТРЕНДИ.....	16
2.1 Технології створення та публікації відеоконтенту.....	16
2.2 Сучасний влог: основні платформи та інструменти.....	19
2.3 Тенденції та тренди розвитку відеоблогінгу.....	21
Висновки до розділу 2.....	22
РОЗДІЛ 3 ОСОБИСТІСНА ВІРТУАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ: КОНЦЕПТИ ТА КОНТЕКСТИ.....	24
3.1 Поняття віртуальної ідентичності.....	24
3.2 Прийоми конструювання особистісної віртуальної ідентичності в онлайн-середовищі.....	27
3.3 Instagram Reels як формат й інструмент створення особистісної віртуальної ідентичності.....	31
Висновки до розділу 3.....	33
РОЗДІЛ 4 КОНСТРУЮВАННЯ ВІРТУАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ У СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ INSTAGRAM: KEYС ТОНІ САМОЙЛОВОЇ.....	34
4.1 Instagram Reels: естетика гір і наратив свободи.....	34
4.2 Особливості конструювання віртуальної ідентичності мандрівниці: аналіз відеоконтенту.....	39
4.3 Віртуальний образ влогерки: реакції аудиторії.....	47
Висновки до розділу 4.....	49

РОЗДІЛ 5 ГЛИБИННЕ ІНТЕРВ'Ю: ОСОБИСТІСНА ТА ВІРТУАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ INSTAGRAM-БЛОґЕРКИ.....	52
5.1 Методологія інтерв'ю з Тонею Самойловою та аналіз зібраних даних.....	52
5.2 Порівняння особистих поглядів блогерки з образом, який вона створює через контент.....	54
5.3 Вплив Instagram Reels на формування віртуальної ідентичності.....	56
Висновки до розділу 5.....	57
ВИСНОВКИ.....	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	62
ДОДАТОК.....	69

ВСТУП

Обґрунтування вибору теми дослідження. Відеоблогінг є важливою складовою сучасної медіакультури. Ця форма самовираження здобула популярність завдяки здебільшого таким соціальним медіа як YouTube, Instagram та TikTok, які надали користувачам можливість створювати й транслювати свій контент широкій аудиторії. Використовуючи відеоблогінг для вираження своєї ідентичності, творці відеоконтенту здатні об'єднувати глядачів навколо своїх історій, думок, інтересів і поглядів, тим самим формуючи потужні цифрові спільноти. Саме тому сучасні відеоблогери суттєво впливають на суспільний діалог, формують нові тренди, створюючи унікальні візуальні наративи та розширюючи межі культурного обміну. Через відеоконтент вони відкривають для аудиторії невідому реальність інших людей, професій і культур, пропонуючи альтернативні погляди на важливі соціальні, економічні та екологічні питання.

Поява цифрових технологій радикально змінила уявлення про ідентичність, перетворивши її на багаторівневий концепт, який включає як особистісну, так і віртуальну складові. Віртуальна ідентичність, яка формується через онлайн-контент, стала одним із найважливіших аспектів медіаактивності. Відеоблогери здатні інтегрувати свої життєві цінності у цифровий простір, створюючи контент, який є автентичним і водночас адаптованим до очікувань аудиторії. У цьому контексті досвід українських влогерів є надзвичайно важливим, оскільки він відображає не лише індивідуальні прагнення авторів, але й культурні, соціальні й національні особливості, що є актуальними в умовах глобалізації.

Додатково, важливо враховувати динаміку розвитку технологій, таких як алгоритми рекомендаційного контенту, які формують сприйняття та взаємодію користувачів із відеоблогами. Використання цих алгоритмів для аналізу вподобань аудиторії відкриває нові можливості для поглиблення знань про механізми формування віртуальної ідентичності.

Ступінь вивченості теми. У контексті нашого дослідження особливу значущість мають праці, присвячені аналізу відеоблогінгу з різних соціологічних підходів та через різні теорії, зокрема через теорію систем німецького соціолога Нікласа Лумана, через теорію символічного інтеракціонізму, а також присвячені поняттю особистісної та віртуальної ідентичності.

Серед зарубіжних учених, які вивчали різноманітні аспекти відеоблогінгу, можна виділити Т. Бергу, яка аналізувала історичний розвиток відеоблогінгу, включаючи його вплив на сучасну медіакультуру. J. Burgess та J. Green, які досліджували як YouTube сприяє формуванню глобальної культури через створення й поширення відеоконтенту. Праці В. Браун та В. Блок висвітлюють технічні й візуальні аспекти створення відео, що є ключовими для розуміння естетики відеоблогів. Серед українських дослідників помітний внесок зробили А. Васильєва, яка акцентувала увагу на ролі блогів у сучасному медійному ландшафті України, Ю. Доброносова, що аналізувала відеоблогінг як нову форму медіа та його культурну специфіку, А. Кісельова та Л. Мальцева, які досліджували вплив блогів на національну ідентичність, І. Страшко, яка підкреслювала роль блогосфери у соціокультурних процесах, О. Чекмишев та Л. Ярошенко, які надали практичні рекомендації для блогерів.

Серед зарубіжних учених питання ідентичності вивчали М. Хаубен, Š. Josef та L. Merunková, які досліджували вплив цифрової ідентичності на сприйняття особистості та її поведінку. Серед українських дослідників питання особистісної та віртуальної ідентичності вивчали В. Волинець, яка аналізувала механізми самопрезентації у цифровому середовищі, В. Токарева, яка визначила поняття та аспекти віртуальної ідентичності, Х. Турецька, яка розглядала взаємозв'язки між віртуальним та фізичним проявами особистості.

Актуальність даного проєкту обумовлена неможливістю рівнем дослідженості цієї проблематики в українському гуманітарному дискурсі і

потребою зрозуміти вплив відеоблогінгу на сучасне суспільство, а також розкрити відеоконтент як формат створення особистісної віртуальної ідентичності. Вивчення відеоблогінгу як засобу створення віртуальної ідентичності є не лише теоретично цікавим, але й практично значущим, оскільки дає змогу краще зрозуміти, як цифровий контент впливає на особистість, суспільство та культуру.

Мета та завдання дослідження. *Метою проєкту* є концептуалізація феномена відеоблогінгу в сучасній медіакulturі як інструменту конструювання особистісної віртуальної ідентичності.

Досягнення мети проєкту передбачає необхідність постановки та вирішення таких *завдань*:

- дослідити основні поняття відеоблогінгу та його історичний шлях; визначити основні теоретичні підходи та концепції сучасного відеоблогінгу;
- визначити технології створення та публікації відеоконтенту, зокрема обладнання, програмне забезпечення та методи монтажу; виокремити тенденції та тренди у розвитку відеоблогінгу;
- дослідити основні поняття віртуальної ідентичності; виявити основні прийоми конструювання особистісної віртуальної ідентичності в онлайн-середовищі;
- проаналізувати відеоконтент Тоні Самойлової, на базі цього визначити особливості конструювання віртуальної ідентичності мандрівниці; дослідити реакції аудиторії на образ влогерки;
- проаналізувати особистісну та віртуальну ідентичності Instagram-блогерки Тоні Самойлової, використовуючи метод глибинного інтерв'ю та аналіз контенту її блогу; оцінити ступінь автентичності створеного віртуального образу у порівнянні з особистими поглядами блогерки.

Об'єкт дослідження — відеоблогінг у сучасній медіакulturі.

Предмет дослідження — відеоблогінг як засіб конструювання особистісної віртуальної ідентичності.

Методи дослідження. Оскільки відеоблогінг як феномен сучасної медіакультури є семантичним фокусом таких сфер гуманітаристики як візуальна соціологія, психологія та культурологія, у цьому курсовому проєкті застосовується міждисциплінарний підхід.

З метою досягнення цілей проєкту використовуються різні методи аналізу: дослідження, узагальнення, порівняння, аналогія та синтез.

Для вирішення окремих завдань проєкту використовуються різні наукові методи, зокрема структурно-функціональний аналіз для розгляду особливостей структури та функцій відеоконтенту, лінгвістичний підхід для виявлення та аналізу змістових компонентів влогу та способів їх створення, метод типології для класифікації основних категорій відеоконтенту в сучасному медіапросторі, контент-аналіз для дослідження Instagram Reels Тоні Самойлової, її тем і особливостей репрезентації в соціальній мережі.

Теоретичною основою дослідження є системна теорія комунікації Нікласа Лумана, теорія символічного інтеракціонізму Джорджа Герберта Міда (George Herbert Mead), теорія соціального конструкціонізму Пітера Бергера (Peter Berger) і Томаса Лукмана (Thomas Luckmann), теорія симулякрів Жана Бодрійяра (Jean Baudrillard) та концепція самопрезентації Ірвінга Гофмана (Erving Goffman). Аналіз відеоблогінгу ґрунтується на дослідженнях Траяна Беррі (Trine Berry) про історичний розвиток цього феномену, Джина Берджеса (Jean Burgess) і Джошуа Грін (Joshua Green) про роль YouTube у формуванні глобальної культури, а також Блейна Брауна (Blain Brown) і Брюса Блока (Bruce Block), які розглядали візуальні та технічні аспекти відеоконтенту.

Емпіричну основу проєкту складає контент-аналіз Instagram Reels Тоні Самойлової, що дозволив виявити основні візуальні та наративні елементи, які використовуються для створення віртуального образу, глибинне інтерв'ю з блогеркою, офіційні сторінки в Instagram, дослідження американської організації *Semrush*, статистичні дані однієї з провідних світових компаній-виробників пояснювального відео *Wyzowl*, що представлена групою

американсько-британських дослідників *Sprout Social Index*, дослідження американської агенції *Vidpros* під керівництвом Michael Holmes, статистичні дані інструменту аналітики, звітності та порівняльного аналізу соціальних медіа *Socialinsider*, статистичні дані надані платформами *DemandSage* та *Statista*.

Наукова новизна дослідження полягає у розкритті взаємозв'язку між особистісною ідентичністю відеоблогерів і їхньою віртуальною репрезентацією у цифровому середовищі. Уперше проведено комплексний аналіз феномену відеоблогінгу як засобу конструювання особистісної віртуальної ідентичності на прикладі Instagram-блогерки Тоні Самойлової. Визначено роль візуальних елементів, наративів та естетики у формуванні віртуального образу блогерки, а також виявлено ступінь відповідності між реальними поглядами автора та створеним у соціальних мережах образом. Запропоновано нову структурно-логічну модель аналізу Instagram Reels для дослідження віртуальної ідентичності.

Практичне значення одержаних результатів дослідження полягає у можливості їхнього подальшого використання для розробки освітніх програм та тренінгів для відеоблогерів, орієнтованих на побудову автентичного віртуального образу та створення якісного контенту, що відповідає цінностям аудиторії. Матеріали проєкту можуть бути використані контент-креаторами та відеоблогерами для вдосконалення їхніх стратегій створення автентичного віртуального образу, маркетологів для розробки стратегій просування особистих брендів у соціальних мережах. Основні положення роботи можуть бути корисними для подальших академічних досліджень у галузі медіазнавства, соціології комунікації, культурології та візуальної антропології.

Структура та обсяг дослідження. Проєкт складається зі вступу, п'яти розділів (у тому числі 15-ти підрозділів), висновків, списку використаних джерел (76 найменувань, з них 52 – іноземними мовами, 26 – досліджувані

джерела) і додатку. Проєкт містить 7 рисунків. Загальний обсяг проєкту – 72 сторінки (з них основна частина – 61 сторінка).

РОЗДІЛ 1

ІСТОРИКО-ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВІДЕОБЛОГІНГУ

1.1 Відеоблогінг у сучасній медіакультурі: дефініції ключових понять

Відеоблогінг є важливою складовою сучасної медіакультури. Ця форма самовираження здобула популярність завдяки здебільшого таким соціальним медіа як YouTube та TikTok. Відеоблоги постійно розвиваються у відповідь на технологічний прогрес. Зростання соціальної ролі відеоблогінгу та його трансформація в останні десятиліття демонструють нам його зрушення в більш професійний бік. На нашу думку, ключовими характеристиками відеоблогів є регулярні заплановані випуски нового відеоконтенту, акцент на візуальній комунікації, центральна роль особистостісної ідентичності відеоблогера, зосередженість на діалозі з глядачами та сприяння інтерактивному спілкуванню.

За статистичними даними однієї з провідних світових компаній-виробників пояснювального відео *Wyzowl*, що представлена групою американсько-британських дослідників *Sprout Social Index* відео є найціннішим форматом контенту для досягнення соціальних цілей [24]. Попри великий попит на відео серед споживачів і цінність відео в досягненні соціальних цілей, маркетологи продовжують віддавати перевагу фотографіям і публікаціям із посиланнями. Дослідники *Sprout Social Index* констатують той факт, що загалом лише 14% публікацій у Facebook, 11% публікацій в Instagram і 5% публікацій у Twitter містять відеоконтент. Проте, переважна більшість відеомаркетологів стверджує, що відео допомогло збільшити продажі, трафік на їхні вебсайти та розуміння користувачами їхніх продуктів чи послуг [там само]. Популярність TikTok та Instagram Reels свідчить про те, що для створення успішних відео не потрібен необмежений час, ресурси чи

доопрацювання. Відео в авторському стилі можуть додати рівень релевантності, який цінують глядачі.

З точки зору сучасних західних науковців у галузі медіатеорії та візуальних досліджень відеоблогінг є відносно новим явищем у медіакультурі. Саме тому сьогодні існують різні визначення поняття відеоблогінгу та спроби окреслити характеристики цього явища. За словами відомої британської дослідниці Тріне Бьоркман Беррі, «відеоблог — це блог, який використовує відео як основну форму вираження¹» (Berry, 2014) [21, р. 35]. Австралійська дослідниця Jean Burgess та американський дослідник Joshua Green використовують як поняття «відеоблог», так і «влог» для опису практики розміщення відео на YouTube (Burgess J., Green J., 2009) [24, р. 56]. А турецький режисер Andreas Treske визначає поняття відеоблог через часово-просторовий континуум: «час і простір, які ми як люди поділяємо з ... відеосферою» (Treske, 2013) [45, р. 8]. Цей ряд дефініцій можна було б продовжити, але й тих прикладів, що ми навели, вже достатньо для розуміння концептуальних координат визначення цього феномена.

Узагальнюючи, можемо запропонувати своє авторське визначення поняття відеоблогу та відеоблогінгу. Відеоблог — це форма створення контенту, автори якого використовують відео як основний засіб самовираження та можливість поділитися своїми думками з аудиторією. Відеоблоги можуть охоплювати широкий спектр тем і, як правило, є більш особистими та неформальними, ніж традиційні блоги. Розвиваючи ці дефініції, зазначимо, що відеоблогінг — це створення відеоблогу, що передбачає регулярне завантаження контенту на платформу в соціальних мережах. Відеоблогери, відомі також як влогери, створюють та діляться відеоконтентом в Інтернеті. Кожен відеоблогер, як правило, має унікальний підхід до створення контенту. Цей підхід часто визначається індивідуальним стилем автора влогу, його особистістю та його власним творчим вибором. Розглянуті нами поняття «відеоблог», «влог» і «відеоблогінг» є важливими

¹ Тут і далі цитати з англomовних джерел надаються в авторському перекладі.

для аналізу історії розвитку досліджуваних явищ як важливих маркерів розуміння сучасної медіакультури.

1.2 Історія розвитку відеоблогінгу

Відеоблогінг здобув величезну популярність протягом останнього десятиліття. Американський цифровий маркетолог, блогер і подкастер Dan Sanchez простежує еволюцію блогінгу за кількома ключовими віхами: попередники відеоблогів (1980-1999), ранній відеоблог (2000–2004), демократизація публікації відео (2005-2010) та період смартфонів при створенні влогів (2010-2015) [72]. За шість років до створення першого відеоблогу, в 1994-му з'явився блог, що обмежувався особами, які вміли створювати та змінювати статичні вебсайти HTML. Поширення блогів відбулося в 1999 році з появою зручних текстових редакторів HTML, таких як *Open Diary*, *Live Journal* і *Blogger*. Передумовою виникнення відеоблогінгу була поява у 1980-х роках стилю зйомки від першої особи. Нельсон Салліван став одним із перших, хто знімав у стилі влога. У січні 2000 року Адам Контрас опублікував перший відеоблог, 15-секундне відео, в якому задокументовано його подорож до Лос-Анджелеса. Термін «влог» виник трохи пізніше, у 2002 році, завдяки Люку Баумену, який почав вести відеощоденник та ввів цей термін. Як зазначає Dan Sanchez, запуск YouTube в грудні 2005 року став ключовим моментом для відеоблогінгу. Платформа забезпечила можливість влогерам поширювати відео незалежно від їхніх технічних навичок. Протягом 2006 року відбувся різкий ріст популярності, і нові відеоблогери, такі як Джастін Езарік, Грейс Хелбіг, Джон і Хенк Грін, почали будувати свої канали. Протягом шести місяців YouTube отримав свої перші 100 мільйонів переглядів і 65 тисяч завантажень відео на день [там само]. Поширення смартфонів збільшило доступність відеоблогерів для ширшої аудиторії. Наприклад, популярний відеоблогер Шей Карл привернув увагу завдяки своєму сімейному відеоблогу. Стиль ведення відеоблогів Кейсі

Нейстат, представлений у 2015 році, підняв всю категорію блогів, встановивши вищий стандарт для оповідання історій, операторської роботи та монтажу.

Отже, на сьогоднішній день відеоблогінг є важливим трендом, оскільки різні творці роблять свій внесок у різні ніші. Постійний технологічний прогрес продовжує покращувати якість і доступність створення відео, а також непереборна привабливість індивідуальних історій створюють певні передумови для подальшого розвитку відеоблогінгу.

1.3 Аналіз сучасного відеоблогінгу: теорії та концепції

Відеоблоги є відносно новим соціальним феноменом з точки зору досліджень. Тут люди мають свободу створювати інфоприводи, відповідаючи сучасним тенденціям або займаючи протилежну позицію. Це означає, що ми можемо аналізувати відеоблогінг з різних соціологічних підходів та через різні теорії. Теорія систем німецького соціолога Нікласа Лумана допомагає концептуалізувати відеоблог у ширшому контексті соціальних явищ і процесів [9, с. 39]. Це дозволяє дослідити, як відеоблогерство вписується в більшу систему суспільних взаємодій. Теорія символічного інтеракціонізму фокусується на ролі символів у соціальних взаємодіях, має вирішальне значення при вивченні відеоблогів [12]. Згідно з цією теорією, індивідуальна особистість невіддільна від суспільства, а взаємодії з використанням символів відіграють значну роль. Ключовою тут є концепція американського соціолога та філософа Джорджа Герберта Міда, яка розглядає індивідуальні дії не просто як соціальні, а як унікальні в суспільстві [там само]. У контексті відеоблогів воно розглядається як прояв індивідуальної свободи. Соціалізація відбувається через активну взаємодію з іншими, а онлайн-природа відеоблогів розширює цю взаємодію за межі географічних меж. Виходячи з точки зору Джорджа Герберта Міда, соціальні дії є фундаментальними у формуванні людської свідомості та самосвідомості.

При дослідженні відеоблогосфери в контексті Інтернету суттєвим є підхід німецького філософа й соціолога Юргена Габермаса. Сучасне суспільство він розглядає як інформаційне, наголошуючи на ролі соціальної комунікації як рушійної сили суспільної еволюції. Ю. Габермас виділяє два види соціальної дії: стратегічну та комунікативну [19, с. 99]. Стратегічна дія орієнтована на досягнення індивідуальних цілей і ґрунтується на ефективності та результатах. Комунікативна дія, у свою чергу, спрямована забезпечити порозуміння та узгодженість позицій між учасниками. Це підкреслює значення діалогу та взаємодії у створенні суспільних норм та обміні інформацією. У відеоблогінгу комунікація може служити засобом досягнення зовнішніх цілей. Ця перспектива допомагає зрозуміти, як соціальні взаємодії всередині відеоблогу сприяють більшому віртуальному простору, узгоджуючи його з еволюційним характером спілкування в нашому інформаційному суспільстві.

Таким чином, дослідження відеоблогів за допомогою різних соціологічних підходів і теорій розкриває його як багатогранне соціальне явище. Кожна структура сприяє розумінню ролі відеоблогів у ширшому соціальному контексті, від системної теорії Нікласа Лумана до підходу Джорджа Герберта Міда і точки зору Юргена Габермаса на соціальну комунікацію. Відеоблог, як прояв індивідуальної свободи та інструмент для досягнення зовнішніх цілей, розширює соціалізацію та взаємодію за межі географічних кордонів, формуючи еволюцію природи комунікації в нашому інформаційному суспільстві.

Висновки до розділу 1

У цьому розділі проаналізовано основні поняття відеоблогінгу, досліджено історичний шлях розвитку влогу, а також виявлено основні теоретичні підходи та концепції.

Ми визначили, що відеоблоги є важливою складовою сучасної медіакультури, яка характеризується регулярністю, візуальною комунікацією, підкресленням особистісної ідентичності та інтерактивним спілкуванням. Його еволюція, простежена через ключові віхи, відображає його трансформацію в більш професійну форму. Відеоблоги сприяють формуванню особистісної ідентичності авторів і залучають аудиторію завдяки своїй автентичності та унікальності.

Ми розглянули історичні етапи розвитку відеоблогінгу, починаючи від його попередників у 1980-х роках і до сучасного використання мобільних технологій. Запуск YouTube у 2005 році став ключовою подією, яка стимулювала зростання популярності відеоблогів, зробивши їх доступними для ширшої аудиторії.

На основі проведеного аналізу різних соціологічних теорій, таких як системна теорія Лумана, символічний інтеракціонізм Міда та концепції Габермаса, нами створено і запропоновано до розробок подальших проєктів авторську дефініцію поняття відеоблогу та відеоблогінгу. Відеоблог — це форма створення контенту, автори якого використовують відео як основний засіб самовираження та можливість поділитися своїми думками з аудиторією. Відеоблогінг — це створення відеоблогу, що передбачає регулярне завантаження контенту на платформу в соціальних мережах.

Таким чином, відеоблоги слугують не лише платформою для самовираження, але й інструментом соціальної взаємодії, що розширює межі традиційної комунікації в інформаційному суспільстві.

РОЗДІЛ 2

СПЕЦИФІКА ВІДЕОБЛОГІНГУ: ТЕХНОЛОГІЇ, ПЛАТФОРМИ ТА ТРЕНДИ

2.1 Технології створення та публікації відеоконтенту

У світі відеоблогів, що постійно розвиваються, технологія, яка використовується для створення та публікації відеоконтенту, відіграє важливу роль у формуванні якості, креативності та доступності відео.

Звернімося до спільно розробленої фундаментальної праці канадських дослідників R. Duffy, J. Nauman, H. Kaur, студентів, викладачів та співробітників університету Трент, університету Брока, коледжу Сенека, Віндзорського університету, університету Макмастера, Кембрійського коледжу та університету Ніпіссінга, в якому систематизовано основи відеовиробництва, включаючи ключові етапи планування, зйомки, монтажу та поширення контенту [28].

Зупинимось детально на кожному з етапів. Предпродакшн є першим етапом у процесі створення відеоконтенту. На цьому етапі відбувається планування, розробка сценарію, створення розкадровок, підбір локацій та технічне забезпечення зйомок. Це важливо для забезпечення структурованості та професійного підходу до зйомки. Підготовка на цьому етапі допомагає уникнути зайвих помилок під час зйомки та сприяє ефективному використанню часу й ресурсів. Етап продакшну — це час реалізації всіх підготовчих кроків. Тут відбувається зйомка відео й запис звуку. Якість кінцевого продукту великою мірою залежить від уваги до деталей під час зйомки [там само]. Наприклад, використання правила третин під час кадрування дозволяє створювати гармонійні та естетично привабливі кадри. Освітлення також відіграє значну роль у створенні атмосфери сцени. Камери високої роздільної здатності служать основою для створення контенту, дозволяючи влогерам знімати чітку та деталізовану картинку.

Широке використання смартфонів з хорошими камерами полегшило створення високоякісних відео без додаткових зусиль. Сучасні смартфони, оснащені багатоядерними процесорами та технологіями обробки зображень, дозволяють створювати відео у форматах 4K та навіть 8K. Це дає можливість знімати професійні відео з мінімальними витратами. Для більш професійної картини використовують професійні фото- та відеокамери, додатково використовуються штативи, стабілізатори, які допомагають створити кінематографічну картину. Варто зазначити, що важливо уникати підходу «виправимо в постпродакшні», оскільки саме продумана робота на предпродакшні та ретельна робота на етапі зйомки дозволяє досягнути кращих результатів.

Постпродакшн є вирішальним етапом у створенні відеоконтенту, а професійні програми для монтажу пропонують безліч інструментів для покращення відео. Наприклад, такі програмні забезпечення як *Adobe Premiere Pro* або *DaVinci Resolve*, дають розширену можливість для редагування, кольорокорекції та накладення візуальних ефектів. Існують і більш прості програми для монтажу, зокрема *Inshot* або *VN*, які мають інтуїтивно зрозумілі інтерфейси та основні функції редагування. Різні техніки монтажу сприяють візуальній привабливості відеоконтенту, що в подальшому покращує не лише візуальну привабливість кадру, а й може ефективно впливати на аудиторію. Звукове оформлення також є невід'ємною частиною постпродакшну [там само]. Важливо продумати використання звуків ще на етапі предпродакшну, адже вдало підібраний звук доповнює візуальну частину й створює емоційний ефект. Таким чином, гарно продуманий, структурований, логічно вибудований та змонтований контент допомагає виконати як кількісні цілі (охоплення, залученість тощо), так і іміджеві (підвищення впізнаваності, лояльності до блогера чи бренду).

Коли контент створено, вибір правильної платформи розповсюдження має вирішальне значення. YouTube залишається основною платформою для відеоблогів. Її перевага полягає у масштабності аудиторії, розвиненій системі

монетизації та потужних аналітичних інструментах, які дозволяють блогерам аналізувати показники ефективності своїх відео, такі як охоплення, тривалість перегляду та поведінка глядачів. Однак стрімкий розвиток коротких відеоформатів і зміна переваг аудиторії стимулювали популярність платформ, орієнтованих на короткі відеоролики. Зокрема, TikTok та Instagram Reels надають додаткові можливості для охоплення молодшої аудиторії та для додаткових експериментів з різноманітними форматами контенту. За даними *Demand Sage*, станом на 2024 рік понад 2 мільярди людей щомісяця взаємодіють з Reels, а самі ролики отримують на 22% більше взаємодій порівняно зі стандартними відеопублікаціями [59]. Це обумовлено, по-перше, короткою тривалістю відео. Такий формат дозволяє легко утримувати увагу глядачів, враховуючи тенденцію до зменшення тривалості концентрації уваги в цифровому середовищі. По-друге, вертикальна орієнтація та доступність через мобільні додатки роблять Reels зручними для перегляду у будь-якому місці та в будь-який час. Таким чином, Instagram Reels відіграє важливу роль у сучасному контент-маркетингу. Його інтеграція в загальну стратегію дозволяє створювати не лише розважальний, а й ефективний контент для залучення цільової аудиторії, що робить платформу незамінною для блогерів та брендів у цифрову епоху.

Підсумовуючи, технологія створення та публікації відеоконтенту є багатогранною, охоплюючи спектр апаратних засобів, програмного забезпечення та методів редагування. Аналіз продакшн-процесу демонструє, що структурований підхід до кожного етапу — від предпродакшну до постпродакшну — є вирішальним для забезпечення високої якості та конкурентоспроможності контенту. Продумане планування, використання професійного обладнання та інструментів для редагування дозволяє не лише уникнути помилок, але й досягти візуальної та технічної довершеності, яка приваблює аудиторію. Зростаюча популярність Instagram Reels свідчить про зміну споживчих уподобань на користь короткого та динамічного відеоконтенту. Він стає не просто доповненням, а стратегічно важливим

інструментом для блогерів і брендів, що прагнуть адаптуватися до нових трендів у цифровій комунікації.

2.2 Сучасний влог: основні платформи та інструменти

В епоху цифрового прогресу відеоблогінг став неодмінною складовою сучасної культури спілкування та інформаційного обміну. YouTube, Instagram та TikTok відіграють ключову роль у формуванні та розвитку цього жанру. Загальновідомо, що YouTube створений в 2005 році, який зараз є другою за величиною пошуковою системою в світі після Google. YouTube надає користувачам можливість завантажувати, переглядати та поширювати відеоконтент на різні теми, як-от музика, освіта, розваги, новини тощо. YouTube постійно адаптується до вимог користувачів, зокрема додавши YouTube Shorts, функцію короткого вертикального відео, яка була запущена в усьому світі в червні 2021 року. Дослідники *Sprout Social Index* відзначають, що у лютому 2023 року YouTube Shorts уже перевищили 50 мільярдів щоденних переглядів, що свідчить про зростання популярності [57]. Аудиторія YouTube досить різноманітна і може включати людей різного віку та інтересів. Станом на січень 2023 року, згідно з даними *Statista*, найбільшою віковою групою користувачів YouTube у всьому світі є чоловіки віком від 25 до 34 років, що становить 12% аудиторії платформи. Жінки цієї ж вікової групи становлять близько 9% загальної аудиторії. Другу за величиною групу аудиторії на YouTube складають чоловіки віком від 35 до 44 років, які становлять 9% загальної аудиторії. Жінки тієї ж вікової групи становлять 7,6% загальної аудиторії YouTube [там само]. Таким чином, можна зробити висновок, що YouTube орієнтований на відносно молоду аудиторію, зокрема на тих, хто віком від 25 до 44 років.

Ще однією із популярних соціальних мереж для створення фото та відеоконтенту є Instagram, який дозволяє користувачам не лише публікувати, а й взаємодіяти з іншими за допомогою вподобайок, коментарів і збережень. З

моменту запуску в 2010 році він став провідною платформою для візуального контенту та основним місцем для маркетингу компаній своїми продуктами та послугами. Instagram надає широкий спектр можливостей, зокрема публікації, stories, reels та прямі трансляції, які дозволяють користувачам створювати та поширювати різноманітний контент. Платформа також пропонує низку інструментів для бізнесу, таких як можливість створювати бізнес-профілі, публікувати спонсоровані публікації та використовувати аналітику для відстеження ефективності. Instagram має велику та різноманітну базу користувачів, зосереджену на молодших поколіннях. Згідно з даними *Statista*, у січні 2023 року, майже 17% активних користувачів Instagram у всьому світі є чоловіки у віці від 18 до 24 років. Більше половини загальної аудиторії Instagram у всьому світі молодше 34 років [58]. Отже, можна підсумувати, що Instagram приваблює молодшу, візуально орієнтовану аудиторію, а також ця платформа є цінним інструментом для брендів, які прагнуть зв'язатися з аудиторією в усьому світі, оскільки Instagram доступний кількома мовами та має глобальне охоплення.

Третя платформа TikTok, яка стає все більш популярною, особливо серед молодих поколінь. Додаток дає змогу користувачам створювати та публікувати короткі відео з музикою, фільтрами й ефектами. TikTok став значною силою в індустрії розваг, і багато користувачів створюють вірусні танці, виклики та інші тренди. Додаток також використовувався для освітнього контенту, уроків кулінарії та активізму. Згідно з даними *Statista* на січень 2023 року, світова аудиторія TikTok складається з більшої кількості жінок, ніж чоловіків. Приблизно 21,5% аудиторії платформи становлять жінки віком від 18 до 24 років, а чоловіки цієї ж вікової групи становлять приблизно 17% аудиторії. Платформа також має значну аудиторію жінок віком від 25 до 34 років, що становить 17% аудиторії, і чоловіків цієї ж вікової групи, які складають 15% аудиторії [56]. Отже, можна стверджувати, що TikTok приваблює широке коло користувачів.

Загалом, розгляд найпопулярніших соціальних мереж в Україні свідчить про важливість демографічних показників різних платформ соціальних мереж для успішної комунікації. Важливим аспектом також є інструменти, які відкривають нові можливості для відеоблогерів. Відеоредактори, зокрема *Adobe Premiere Pro*, *Final Cut Pro* або *DaVinci Resolve*, графічні програми (*Adobe Photoshop*, *Canva* тощо), аудіоредактори (*Audacity*, *Adobe Audition* тощо) та інші інструменти дозволяють створювати якісний та креативний контент.

2.3 Тенденції та тренди у розвитку відеоблогінгу

Відеоблоги зазнали значної еволюції з моменту їхнього створення, відображаючи зміни в технологіях, уподобаннях аудиторії та стратегіях створення контенту. З огляду на це, виокремимо декілька помітних тенденцій розвитку відеоблогінгу. Згідно з даними дослідницької організації *Semrush* автентичність є ключовою тенденцією у формуванні сприйняття [73, р. 5]. Чесність та прозорість дозволяє побудувати міцний емоційний зв'язок з підписниками, що веде до збільшення залученості. Переважаючою тенденцією останніх років на думку американського операційного менеджера агенції *Vidpros* Райана є поширення короткоформатного контенту [74]. Такі платформи, як *TikTok* та *Instagram Reels*, очолили цей рух, наголошуючи на створенні лаконічних, привабливих відео. Ця тенденція вказує на зміщення уподобань аудиторії до контенту, який легко споживати, привертаючи увагу за короткий проміжок часу. Ще однією тенденцією у розвитку відеоблогінгу згідно з даними дослідницької організації *Semrush* є революція штучного інтелекту для оптимізації створення контенту та зосередження на ідеях та стратегії [73, р. 21]. Інструменти штучного інтелекту дають змогу влогерам досліджувати інтереси аудиторії та створювати контент, який їх задовольняє.

Ще однією тенденцією у розвитку відеоблогінгу на думку автора є збільшення уваги до нішевого контенту та зростання мікроінфлюенсерів.

Відеоблогери визнають цінність задоволення конкретних інтересів, сприяючи створенню ком'юніті. Ця тенденція відхиляється від універсального підходу, що дозволяє творцям розвивати більш зацікавлену та лояльну аудиторію в різних нішах.

Підсумовуючи, йти в ногу з тенденціями є ключовим, аби залишатися попереду. Влогери, які віддають перевагу автентичності, адаптуються до популярності короткого нішевого контенту та використовують потужність оптимізації за допомогою штучного інтелекту, ймовірно, процвітатимуть у середовищі, де інновації та зв'язок із аудиторією є ключовими факторами успіху. З розвитком відеоблогерства дотримання актуальних трендів стає ключовим як для авторів контенту, так і для дослідників, які прагнуть розуміти динаміку змін у сфері цифрової творчості.

Висновки до розділу 2

У цьому розділі визначено технології створення та публікації відеоконтенту, зокрема обладнання, програмне забезпечення та методи монтажу, досліджено основні платформи та інструменти, які використовують відеоблогери для розповсюдження свого контенту, а також виокремлено тенденції та тренди у розвитку відеоблогінгу.

Ми виокремили чотири тренди, які продовжуватимуть розвиватися у наступному році, зокрема це автентичність, нішевість, короткий контент та оптимізація за допомогою штучного інтелекту.

Дослідження сучасних платформ відеоблогів, а саме YouTube, Instagram і TikTok, підкреслює динамічний характер демографічних показників й уподобань аудиторії. Кожна платформа обслуговує різні вікові групи та формати контенту, надаючи влогерам різноманітні можливості для комунікації зі своєю цільовою аудиторією. Значення демографічних показників на цих платформах підкреслює важливість розуміння нюансів кожної соціальної мережі.

Підсумовуючи, у цьому розділі ми розкрили технологічні тонкощі, динаміку основних платформ та нові тенденції, які визначають ландшафт відеоблогів. У міру того, як відеоблог продовжує розвиватися, здатність орієнтуватися в цих тенденціях стає ключовою як для влогерів, так і для дослідників, пропонуючи зрозуміти постійну мінливу сферу створення цифрового контенту.

РОЗДІЛ 3

ОСОБИСТІСНА ВІРТУАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ: КОНЦЕПТИ ТА КОНТЕКСТИ

3.1 Поняття віртуальної ідентичності

З розвитком цифрових технологій і поширенням інтернету поняття ідентичності зазнало значних змін. Віртуальна ідентичність стала важливою складовою сучасного суспільства, особливо серед тих, хто активно використовує соціальні мережі. Влогери є однією з найбільш помітних груп, які формують та демонструють особистісні віртуальні ідентичності. Досвід українських блогерів у цьому контексті є особливо цікавим, оскільки він відображає унікальні культурні та соціальні особливості країни, що трансформуються в умовах глобалізації та цифровізації.

Віртуальна ідентичність є невід’ємною частиною соціальної динаміки інтернет-простору, де кожен користувач створює унікальний образ, що поєднує реальні та вигадані елементи. За словами кандидатки юридичних наук, доцентки катедри цивільного права Токаревої Віри Олександрівни віртуальна ідентичність охоплює всі дані про особу, що зберігаються в інформаційному просторі, зокрема персональні дані, надані під час реєстрації, а також дані, зібрані без відома особи, такі як геолокаційні мітки, фото, відео, пошукові запити та пости в соціальних мережах (Токарева, 2019) [14, с. 411]. Цей феномен є важливим не лише в контексті технологічного розвитку, а й у соціальній взаємодії, адже віртуальна ідентичність стає своєрідним цифровим дзеркалом особистості. Її компоненти впливають на формування образу користувача в очах інших та визначають його місце в цифровій екосистемі. З одного боку, користувач самостійно формує власний імідж, обираючи, які аспекти своєї особистості демонструвати, а з іншого — дані, зібрані автоматично, додають до цього образу деталі, які можуть бути невідомі або навіть небажані для самого суб’єкта. Таким чином, навіть

несвідомі дії користувача можуть залишати цифровий слід, що формує його образ у мережі.

Американський інтернет-теоретик і письменник Michael Hauben вказав, що у 1995 році відбулося поєднання віртуального та фізичного світів, що проявляється у співіснуванні мережевої ідентичності та фізичної особи. Це поєднання створило нову форму громадянства у мережі, яку теоретик назвав «Netizen» (Hauben, 1995) [32, р. 14]. У сучасному контексті ця інтеграція значно посилилася завдяки широкому розповсюдженню соціальних мереж, які стали не лише платформами для комунікації, але й інструментами для побудови багатогранної віртуальної ідентичності. Розвиваючи ці дефініції, зазначимо, що соціальні мережі, як основний інструмент для створення і підтримки віртуальної ідентичності, надають користувачам широкий спектр можливостей для самовираження. Такі платформи як Facebook, Instagram, YouTube та TikTok, дозволяють користувачам створювати та публікувати різноманітний контент, який не лише представляє індивіда у віртуальному середовищі, але й сприяє формуванню його соціального капіталу завдяки взаємодії з іншими користувачами та контентом через лайки, коментарі, підписки та інші показники залученості. Ці взаємодії сприяють утвердженню користувачів у цифровому просторі, а також підсилюють їхній вплив як на окремих аудиторій, так і на глобальне віртуальне співтовариство.

Узагальнюючи, можемо запропонувати своє авторське визначення поняття особистісної віртуальної ідентичності. Особистісна віртуальна ідентичність — це онлайн-прояв особистості, який включає у себе способи самовираження, сприйняття та взаємодії, що формуються в електронному середовищі. Вона відображає індивідуальність особи та впливає на її спілкування, взаємодію та сприйняття як у віртуальному, так і у реальному світі.

Багато відеоблогерів прагнуть демонструвати себе такими, якими вони є у реальному житті, щоб створити довірливі стосунки з аудиторією. Вони розповідають про свої щоденні проблеми, діляться особистими

переживаннями та думками, створюючи образ «реальної» людини [2, с. 360]. Такий підхід допомагає їм залучити лояльну аудиторію, яка цінує відкритість і щирість. Інші влогери використовують соціальні мережі як сцену для виконання певних ролей. Вони створюють контент, що відповідає очікуванням та інтересам їхньої аудиторії, навіть якщо це не повністю відповідає їхній реальній особистості. Такі люди можуть активно використовувати гумор, сарказм або інші виразні засоби для залучення аудиторії. Інші блогери свідомо будують свій образ у відповідності до певної стратегії, що має на меті досягнення конкретних цілей, таких як збільшення кількості підписників, залученості, продажів тощо. Вони ретельно планують контент, аналізують реакцію аудиторії та коригують свою поведінку для досягнення основної цілі.

Важливу роль у формуванні особистісної віртуальної ідентичності українських влогерів відіграє національна ідентичність. Події останніх років суттєво вплинули на контент багатьох блогерів. Вони активно популяризують все українське: мову, культуру, історію та традиції, створюючи контент під інфоприводи, який підкреслює їхню патріотичну позицію. Яскравим прикладом популяризації є блог Альони Альони, у якому співачка активно демонструє свою громадянську позицію, беручи участь у масштабних зборах, транслуючи світу Instagram Reels з реаліями сьогодення (20.05.2024) [51]. Це не лише сприяє формуванню національної свідомості серед підписників, але й допомагає блогерам виділитися серед інших, підкреслюючи їхню унікальну культурну ідентичність. Окрім патріотичної тематики, українські влогери також звертаються до важливих соціальних питань прав людини, гендеру, екологічних явищ тощо. Вони використовують свої платформи для підвищення обізнаності з вектором на ці питання. Ця діяльність створює образ влогера як небайдужої особистості, яка активно реагує на соціальні виклики та прагне сприяти позитивним змінам у суспільстві. Проте значна частина українських відеоблогерів зосереджується на створенні розважального контенту, що також є важливим аспектом особистісної

віртуальної ідентичності. Вони пропонують своїй аудиторії гумористичні відео, музичні ліпсинги, скетчі, цікаві факти тощо. Яскравим прикладом є блог Дмитра Варварука [53]. Його контент допомагає людям відволіктися від повсякденних проблем, підняти настрій та розважитися, оскільки в соціальних мережах переважна аудиторія приходить саме за цим. Віртуальна ідентичність цієї категорії базується на образі веселих, творчих та харизматичних особистостей, які вміють розважати і радувати свою аудиторію.

Отже, формування особистісної віртуальної ідентичності вимагає не лише творчого підходу, але й вміння реагувати на виклики, пов'язані з постійними змінами в цифровому середовищі. Серед таких викликів можна виділити конкуренцію за увагу аудиторії, необхідність адаптації до нових технологій та алгоритмів соціальних мереж, а також питання приватності та безпеки особистих даних. Українські влогери активно адаптуються до цих змін, експериментуючи з новими форматами, механіками, платформами та технологіями. Вони використовують статистичні дані для вивчення своєї аудиторії, співпрацюють з іншими блогерами та брендами, а також постійно вдосконалюють свої навички в створенні контенту. Такий підхід дозволяє їм залишатися конкурентоспроможними і підтримувати інтерес своєї аудиторії.

3.2 Прийоми конструювання особистісної віртуальної ідентичності в онлайн-середовищі

Як ми вияснили з попередніх розділів, особистісна віртуальна ідентичність є важливим інструментом самовираження, соціальної взаємодії та досягнення професійних цілей. Вона відображає не лише спосіб, у який людина представляє себе у віртуальному просторі, але й те, як аудиторія сприймає її образ, що формується через різноманітні цифрові канали. Як слушно зазначає американська соціологиня Sherry Turkle, віртуальна ідентичність відноситься до цифрового представлення особистості людини,

що охоплює її онлайн взаємодії, самопрезентацію та наративи, які вони будують (Turkle, 1997) [47]. Це поняття є важливим для розуміння, оскільки цифровий простір дає людям можливість створювати багатогранні образи, які не завжди відображають реальну особистість. Унікальність віртуальної ідентичності полягає в її пластичності: вона постійно адаптується до нових умов, трендів і технологій, що дозволяє людині експериментувати з ролями та форматами самовираження. Ця динамічність особливо яскраво проявляється у сфері відеоблогінгу. Як підкреслюють чеські дослідники нових медіа Josef Šlerka та Lucie Merunková, концепція ефективності ідентичності є особливо актуальною в контексті відеоблогерів, оскільки вони свідомо представляють певні аспекти свого життя для загальної демонстрації (Š. Josef, L. Merunková, 2019) [36]. Тобто, відеоблогери не лише взаємодіють із глядачами через публікації, але й створюють наративи, що резонують із цільовою аудиторією. Їхні образи можуть бути ретельно спланованими, включаючи вибір тем, тональності контенту та візуальних елементів. Розвиток особистого бренду, — вважають дослідники, — також є доречним, оскільки влогери часто використовують свою особистісну віртуальну ідентичність для монетизації свого контенту [там само]. На відміну від реальної ідентичності, яка часто є більш стабільною та формується фізичним середовищем та соціальними інститутами, особистісна віртуальна ідентичність є динамічною та може змінюватися залежно від платформи, контенту та реакції аудиторії.

Конструювання особистої віртуальної ідентичності в соціальних мережах починається зі створення профілю, у який входять налаштування аватарки, опис шапки акаунту, яка транслює позиціонування особистого бренду, оформлення сітки дописів та хайлайтс. Вибір аватарки профілю є фундаментальним аспектом побудови особистісної віртуальної ідентичності. Він служить основним візуальним представленням і суттєво впливає на те, як інші сприймають користувача як особистий бренд. Фотографія має бути чіткою, без зайвих елементів, без рябого фону, впізнавана, для особистих

брендів бажано додавати обличчя блогера, це викликає довіру підписників. Шапка профілю має бути адаптована під пошуковий запит, аби нова аудиторія змогла знайти акаунт за ключовими словами. Тому тут особистим брендам варто конкретизувати інформацію, додати в опис гачок, який би вирізняв серед конкурентів, та закривав біль аудиторії. Бо у людини є всього 3 секунди, щоб прийняти рішення — залишатись на сторінці чи ні. Блогеру важливо практикувати кроспостинг та мультиканальність, оскільки зараз вони продовжують набирати обертів, тому експерту важливо інтегрувати свій контент під різні соціальні мережі. Надання контактної інформації та посилок на інші профілі в соціальних мережах або особисті вебсайти може створити більш взаємопов'язану присутність в Інтернеті. Це сприяє більш широкому залученню та дозволяє користувачам контролювати та керувати своєю ідентичністю на кількох платформах.

Регулярне створення та обмін контентом є ключовими для підтримки та розвитку особистісної віртуальної ідентичності. Розробка стратегії контенту, яка відповідає особистим або професійним цілям, має визначати типи контенту, яким потрібно ділитися (наприклад, дописи, Reels чи каруселі), частоту публікацій, головні теми та рубрики. За словами Head of Content агенції *Inweb* Романа Скрупника для створення контентної стратегії також слід враховувати TOV — голос бренду, тобто те, як вас сприймає аудиторія, наскільки ви їй зрозумілі та наскільки у вас спільний вайб [35]. Для аналізу комунікації потрібно проаналізувати, які характеристики найбільш дотичні до вас як до особистого бренду і як ви хочете комунікувати з аудиторією. Серед критеріїв, які допомагають це виокремити є легкість подачі інформації у комунікаціях, серйозні професійні терміни чи проста лексика, офіційний діловий тон чи розслаблений, кежуальний, нести емоції споживачеві чи говорити стримано та по факту, залучати споживача до дій, надихати, вести за собою або обирати формат оповідача, який поряд, обирати спірні теми та ходити по крихкому льоду чи на Ви з великої букви. Після аналізу виокремлюється окремий список з базовими рекомендаціями, який буде

служувати помічником при розробці контенту та написання сценаріїв для Instagram Reels.

Крім початкових налаштувань сторінки одним із основних прийомів конструювання особистісної віртуальної ідентичності в онлайн-середовищі серед українських відеоблогерів є автентичність. Обмін справжнім досвідом, думками та історіями може ефективніше залучити аудиторію. Послідовність у розкладах публікацій і тематичній спрямованості зміцнює створювану ідентичність і підтримує зацікавленість аудиторії. Важливо підтримувати баланс між візуальним і текстовим контентом: якісні зображення та відео захоплюють увагу й підвищують інтерес, тоді як змістовний текстовий опис додає глибини й допомагає зрозуміти контекст.

Активна взаємодія з іншими особистими брендами є життєво важливими для створення надійної особистісної віртуальної ідентичності, зокрема взаємодія з впливовими особами може розширити охоплення та встановити зв'язки з однодумцями. Коментування дописів, участь в обговореннях і приєднання до груп або заходів є ефективними способами інтеграції в широкі мережі. Під час інфоприводів важливе швидке реагування. Це може зміцнити підтримку аудиторії навколо віртуальної ідентичності. Використання аналітики та механізмів зворотного зв'язку допомагає вдосконалити та оптимізувати побудову особистісної віртуальної ідентичності. Соціальні мережі надають різноманітні інструменти аналітики, які пропонують уявлення про демографічні показники аудиторії, показники залученості та ефективність контенту. Аналіз цих показників може внести зміни до контентної стратегії та методів взаємодії.

Отже, побудова особистісної віртуальної ідентичності в соціальних мережах передбачає багатогранний підхід, інтегруючи налаштування профілю, створення контенту, взаємодію та аналітику. Стратегічно використовуючи ці методи, особисті бренди можуть ефективно формувати свою віртуальну ідентичність, досягаючи своїх особистих і професійних цілей.

3.3 Instagram Reels як формат й інструмент створення особистісної віртуальної ідентичності

Instagram Reels привернув значну увагу завдяки своїй здатності захоплювати аудиторію за допомогою цікавого короткого контенту. За статистичними даними інструменту аналітики, звітності та порівняльного аналізу соціальних медіа *Socialinsider*, що представлена групою румунських дослідників, Reels залишаються найпривабливішим форматом контенту в Instagram. Середній рівень залученості у 2024 році досяг 1,48%, у порівнянні показник залученості для карусельних публікацій 0,91%, для публікацій зображень — 0,69% [48]. Цей високий рівень залученості підкреслює потенціал Reels як потужного засобу для персонального брендингу та створення особистісної віртуальної ідентичності. Цей успіх можна пояснити широким набором творчих інструментів в Reels. Користувачі можуть отримати доступ до різноманітних функцій, у тому числі монтажу в додатку, музичних композицій, додавання тексту та наліпок, які дозволяють створювати візуально привабливий контент.

Однією з визначальних особливостей Instagram Reels є його інтеграція з великою бібліотекою музики. Користувачі можуть вибирати популярні пісні чи аудіофрагменти для супроводу своїх відео, додавати поверх свою аудіоозвучку для створення особистісної віртуальної ідентичності. Ця функція не тільки посилює емоційний вплив контенту, але й узгоджує особу користувача з поточними тенденціями, підвищуючи їх релевантність для аудиторії.

Щоб максимізувати вплив Instagram Reels на особистісну віртуальну ідентичність, користувачі повинні прийняти стратегічні підходи до створення контенту та залучення аудиторії. Влогери повинні зосередитися на темах, які перегукуються з їхнім особистим брендом і цінностями. Автентичність відіграє ключову роль, оскільки аудиторія з більшою ймовірністю зацікавиться контентом, який виглядає справжнім і пов'язаним із ним.

Слідкуючи за сучасними тенденціями та використовуючи релевантні хештеги, можна значно підвищити видимість і охоплення Reels. Популярні аудіо дозволяють аудиторії підключатися до ширших розмов і залучати ширшу аудиторію. Ця стратегія не тільки підвищує залученість, але й допомагає блогерам залишатися релевантними та відповідати мінливим інтересам своєї аудиторії. Активна взаємодія з підписниками та іншими творцями є важливою для зміцнення особистісної віртуальної ідентичності. Відповіді на коментарі, колаборації розвивають почуття спільності та приналежності.

У контексті досвіду українських відеоблогерів Instagram Reels є цінним інструментом для покращення особистісної віртуальної ідентичності та збільшення охоплення аудиторії. Українські влогери використовують Reels, щоб продемонструвати свої унікальні перспективи, таланти та культурний досвід, збагачуючи таким чином свої особистісні віртуальні ідентичності. Використовуючи творчий потенціал Reels, українські відеоблогери ефективно донесли свої наративи до глобальної аудиторії, сприяючи міжкультурному розумінню та вдячності.

Загалом, Instagram Reels революціонізував спосіб створення та вираження особистої віртуальної ідентичності українських відеоблогерів. Завдяки креативному сторітелінгу, культурному представленню та стратегічній взаємодії українські влогери використали силу Reels, щоб зв'язатися з аудиторією в усьому світі та залишити незабутнє враження в цифровому середовищі.

Таким чином, Instagram Reels — це чудовий інструмент для створення та вдосконалення особистісної віртуальної ідентичності. Завдяки захоплюючому формату та комплексним творчим інструментам блогери можуть ефективно презентувати та розвивати свою онлайн-персону. Стратегічне використання автентичності, тенденцій та активної участі аудиторії ще більше посилює вплив Reels, роблячи його незамінним елементом сучасної віртуальної ідентичності.

Висновки до розділу 3

У цьому розділі проаналізовано основні поняття віртуальної ідентичності, досліджено основні прийоми конструювання особистісної віртуальної ідентичності в онлайн-середовищі, а також проаналізовано Instagram Reels як формат й інструмент створення особистісної віртуальної ідентичності.

Ми визначили, що соціальні мережі, як основний інструмент для створення і підтримки віртуальної ідентичності, надають користувачам широкий спектр можливостей для самовираження. Формування особистісної віртуальної ідентичності вимагає не лише творчого підходу, але й вміння реагувати на виклики, пов'язані з постійними змінами в цифровому середовищі.

На основі проведеного аналізу нами створено і запропоновано до розробок подальших проєктів авторську дефініцію поняття особистісної віртуальної ідентичності. Особистісна віртуальна ідентичність — це онлайн-прояв особистості, який включає у себе способи самовираження, сприйняття та взаємодії, що формуються в електронному середовищі. Вона відображає індивідуальність особи та впливає на її спілкування, взаємодію та сприйняття як у віртуальному, так і у реальному світі.

Ця дефініція відображає складність поняття особистісної віртуальної ідентичності, враховуючи її унікальний характер та вплив на спілкування та взаємодію в онлайн-середовищі.

РОЗДІЛ 4

КОНСТРУЮВАННЯ ВІРТУАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ У СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ INSTAGRAM: КЕЙС ТОНІ САМОЙЛОВОЇ

4.1 Instagram Reels: естетика гір і наратив свободи

У сфері соціальних медіа Instagram Reels став потужною платформою для створення та вираження особистісної віртуальної ідентичності. Короткоформатне відео породило різноманітний набір контенту, і багато творців тяжіють до зображення кадрів на природі, особливо в гірських ландшафтах. Естетика гір має глибоке символічне значення, часто пов'язане з темами пригод, досліджень і непізнанності. У сфері особистісної віртуальної ідентичності зображення гірської естетики через Instagram Reels служить засобом передачі таких цінностей, як стійкість, самопізнання та зв'язок із природою. Завдяки візуально приголомшливим зображенням гірських ландшафтів, активного відпочинку та дикої природи користувачі можуть викликати у своїх слухачів відчуття натхнення та свободи. Використання музики, звукових і візуальних ефектів ще більше посилює захоплюючий характер цих оповідань, запрошуючи глядачів зануритися в красу та велич природного світу. Унікальні ландшафти та недосяжність вершин часто слугують метафорою для внутрішніх пошуків, що втілюють мрії, прагнення та процес подолання перешкод.

Яскравим прикладом блогу про подорожі є блог Богдана — тревел-фотографа з Києва (рис. 4.1). Він публікує вражаючі фотографії українських краєвидів, зокрема гори, ліси та озера. Його знімки показують локації з незвичних ракурсів, недоступних людському оку.

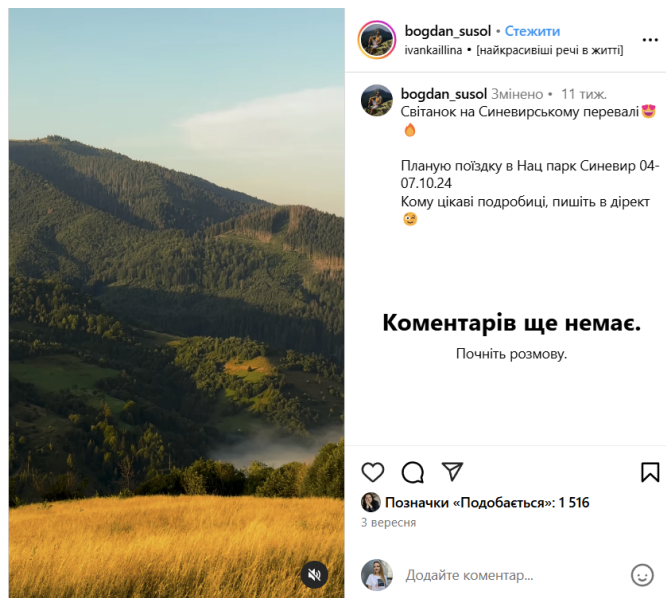


Рис. 4.1 Приклад Instagram Reels з блогу @bogdan_susol [52]

Ще одним відомим прикладом є акаунт Анни — тревел-блогерки зі Львова, яка подорожує Україною та світом і публікує контент, що охоплює гірські маршрути, похідні випробування та природні ландшафти (рис. 4.2). Анна часто супроводжує свої Instagram Reels детальними описами маршрутів, порадами для новачків і захоплюючими історіями про свої пригоди, що створює атмосферу взаємодії з аудиторією і підтримує відчуття спільноти.

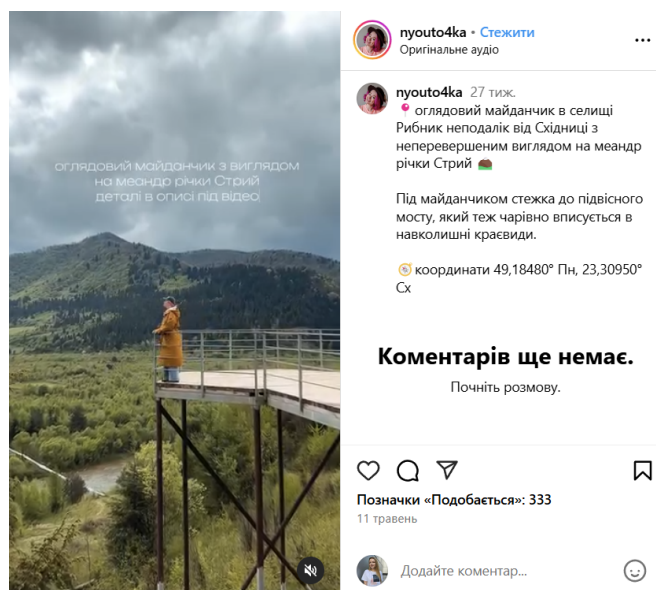


Рис. 4.2 Приклад Instagram Reels з блогу @nyouto4ka [55]

Не можна оминати увагою й блог «Хаші», що спеціалізується на створенні відеоконтенту про подорожі та гірські пейзажі України (рис. 4.3). Їхній підхід полягає у відтворенні історій про природу, культуру та традиції, що робить контент глибоким і змістовним. Кадри мальовничих гірських хребтів, фольклорні мотиви та елементи локального колориту допомагають зберігати автентичність і приваблюють тих, хто шукає не лише візуальної естетики, а й духовного зв'язку з природою.

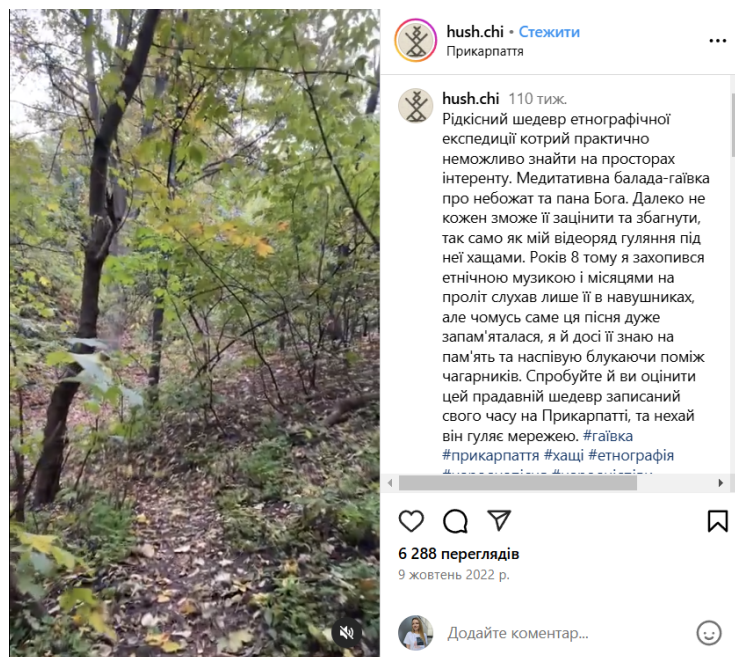


Рис. 4.3 Приклад Instagram Reels з блогу @hush.chi [54]

Однак, визначним українським Instagram-блогом про естетику гір сьогодення є блог Тоні Самойлової (рис. 4.4). Її контент вирізняється використанням кадрів з гірських пейзажів, які поєднують у собі елементи свободи, виклику та самопізнання. Самойлова створює автентичний образ мандрівниці, яка досліджує красу природи та випробовує себе в екстремальних умовах. Вона інтегрує елементи музики та динамічні відеоефекти, щоб підкреслити велич і силу гірських ландшафтів, а також свою впевненість і наполегливість.

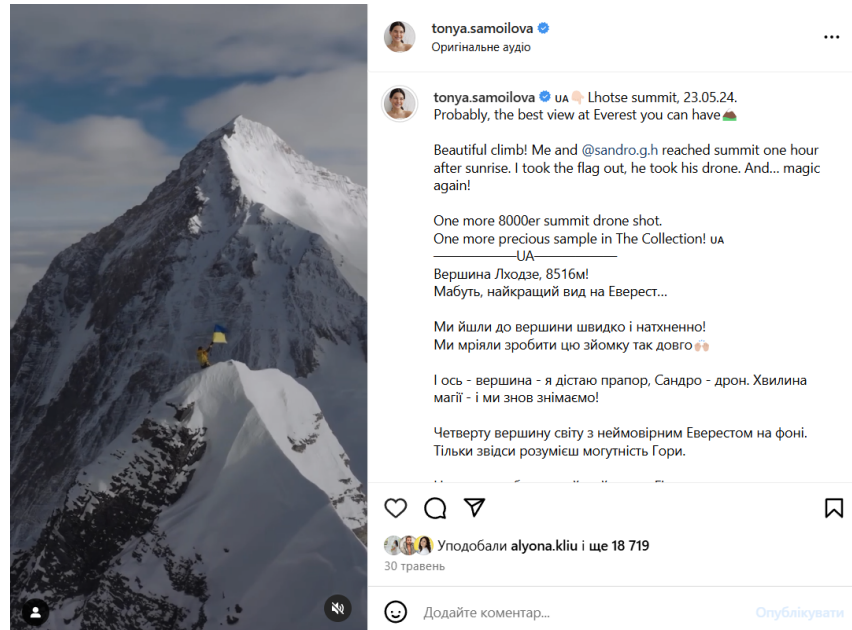


Рис. 4.4 Приклад Instagram Reels з блогу @tonya.samoilova [67]

Такі приклади демонструють різноманітність підходів до створення контенту про естетику гір у соціальних медіа. Вони підкреслюють, як Instagram Reels та інші платформи стають майданчиком для вираження індивідуальних історій, які мотивують, надихають та створюють простір для самовираження через візуальні наративи.

Наративи свободи у даному ключі є центральними для побудови особистісних віртуальних ідентичностей, відображаючи прагнення індивідів до автономії, самовираження та автентичності. Відеоблогери використовують Reels для передачі моментів внутрішньої сили та щирого захоплення, які виникають під час мандрівок. Такий контент не лише надихає, але й створює емоційний зв'язок з аудиторією, яка прагне подібного досвіду та почуття свободи. Як зазначає докторка філософських наук та професорка Ольга Висоцька, цифрові платформи стали ключовим інструментом для формування та трансляції ідентичностей [3, с. 9]. Вона підкреслює, що соціальні мережі надають індивідам можливість створювати наративи, які демонструють свободу самовираження, автентичність та здатність до самоаналізу. Завдяки

цьому, особистісні ідентичності набувають віртуального виміру, в якому аудиторія взаємодіє не лише з контентом, але й з особистісними цінностями та ідеями автора. Instagram Reels пропонує користувачам платформу для передачі цих наративів через розповіді з перших вуст про авантурні пошуки, моменти самоаналізу та акти самозвільнення. Незалежно від того, чи то це самотійна подорож, чи то вихід на природу, чи вираження індивідуальності, користувачі можуть передати відчуття розширення можливостей і звільнення в рамках обмежень цифрового простору. Ділячись автентичними та невідфільтрованими моментами свободи, влогери можуть культивувати цифрову персону, яка резонує з їхньою аудиторією та відображає їхні особисті цінності та переконання.

Крім цього, Висоцька звертає увагу на механізми соціального контролю, які також є невід'ємною частиною конструювання ідентичності у цифровому середовищі [3, с. 10]. Вона зазначає, що хоч індивіди і прагнуть до свободи самовираження, їхні дії у віртуальному просторі часто залежать від очікувань аудиторії та соціальних норм, що формуються всередині платформи. Таким чином, блогери намагаються балансувати між своїми справжніми цінностями та вимогами публіки. Ділячись автентичними та невідфільтрованими моментами свободи, влогери можуть культивувати цифрову персону, яка резонує з їхньою аудиторією та відображає їхні особисті цінності та переконання. Однак, як зазначає Висоцька, віртуальна ідентичність не є статичною, а постійно еволюціонує під впливом взаємодії між користувачем, його контентом і реакцією аудиторії [3, с. 5]. Це робить її водночас і засобом самовираження, і соціального контролю, що підсилює важливість автентичності у створенні успішного медійного образу.

Дослідження Instagram Reels як засобу для зображення естетики гір і наративів свободи з точки зору особистісної віртуальної ідентичності також має кілька наслідків для аналізу та практики. Майбутні дослідження можуть заглибитися в психологічний вплив споживання та взаємодії з контентом Reels, зосередженим навколо цих тем, а також способи, у які такий контент

формує уявлення людей про себе та інших. Крім того, ця інформація може стати корисною для розробки стратегій, спрямованих на вдосконалення особистого брендингу та підвищення залученості аудиторії у соціальних мережах.

Таким чином, Instagram Reels представляє унікальну можливість для людей творчо виражати себе та формувати свою особистісну віртуальну ідентичність через дослідження естетичних тем і наративів. Використовуючи силу візуального сторітелінгу, відеоблогери можуть передати красу, свободу та пригоди, пов'язані з гірськими ландшафтами, надихаючи інших. Враховуючи унікальність контенту Тоні Самойлової, саме на її прикладі ми хотіли б зупинитись та побудувати подальше дослідження. Її блог, на наш погляд, є показовим зі сторони того, як віртуальна ідентичність може поєднувати особистісні цінності, естетику природи та елементи наративу свободи. Вона інтегрує автентичність із комерційними можливостями, залишаючись при цьому вірною своїм цінностям, що робить її прикладом для аналізу механізмів побудови та підтримки особистісної віртуальної ідентичності.

4.2 Особливості конструювання віртуальної ідентичності мандрівниці: аналіз відеоконтенту

Що робить блог мандрівника не просто збіркою красивих пейзажів, а справжнім джерелом натхнення для тисяч підписників? Як особистість автора формує унікальну віртуальну ідентичність, здатну резонувати з аудиторією? Антоніна Самойлова, перша українка, яка тричі підкорила гору Еверест, є влучною ілюстрацією того, як унікальна комбінація особистісних якостей, життєвих цінностей і візуального сторітелінгу може створити потужний і впізнаваний образ у цифровому просторі. Її Instagram-акаунт виступає не лише платформою для демонстрації досягнень, але й простором для обміну досвідом, натхнення та мотивації. Зокрема, її дописи та stories

пропонують уявлення про її підготовку, виклики, з якими стикається під час експедицій, і тріумфальні моменти після досягнення вершини. Одним із яскравих прикладів є її оголошення про третю експедицію на Еверест, запрошуючи підписників підписатися та приєднатися до її подорожі (10.05.2024) [66]. Цей підхід не тільки залучає її аудиторію, але й демонструє її прагнення до прозорості та автентичності в обміні досвідом.

Віртуальна ідентичність Самойлової обертається навколо наративів досягнень, наполегливості та натхнення. Демонструючи свої досягнення як першої українки, яка двічі підкорила Еверест, вона позиціонує себе як взірць для початківців альпіністів і любителів пригод. Через свій відеоконтент вона висвітлює фізичні та психічні труднощі альпінізму, пропонуючи зрозуміти рішучість і стійкість, необхідні для здійснення таких подвигів.

Проведемо аналіз відеоконтенту Instagram-блогерки. На наш погляд, весь відеоконтент на сторінці Тоні Самойлової умовно можна розділити за декількома основними категоріями: тематикою, планом зйомки, кольоровою палітрою, стилем одягу, локацією, емоційним тоном, стилем монтажу та аудіосупроводом:

- *Тематика* контенту Самойлової включає головні напрямки, такі як гори та подорожі, що є основою її блогу завдяки експедиціям на Еверест, спогади з особистого життя, які допомагають створити емоційний зв'язок з підписниками, та співпраця з брендами. Ці тематичні напрямки відображають прагнення Тоні бути прозорою та автентичною в своєму контенті.

- *План зйомки* відеоконтенту є різноманітним і динамічним. Вона використовує детальні плани, які акцентують увагу на виразах обличчя та важливих деталях; крупні плани, що демонструють продукти чи емоції; середні плани, які показують її в контексті локації; та загальні плани, які підкреслюють масштабність природи, особливо гірських пейзажів.

- *Кольорова палітра* сприяє створенню впізнаваного стилю та підкреслює різні настрої її публікацій. Основні кольори включають зелений,

який асоціюється з природою та гармонією, синій і блакитний, що передають спокій гір та неба, а також білий, що символізує чистоту й свободу.

– *Стиль одягу* Тоні у відео підкреслює її особистість та відповідає конкретній тематиці. Спортивний стиль є найпоширенішим і пов'язаний з її альпіністськими досягненнями та активним способом життя. Кежуал додає невимушеності та підходить для життєвого контенту, тоді як відвертий стиль присутній у кадрах підкреслює впевненість.

– *Основна локація* у відео Антоніни — гори, які є постійною частиною її контенту та символізують її досягнення. Море також є важливим елементом, який з'являється у відео Самойлової. Воно символізує свободу та гармонію, додаючи її контенту спокійної краси та натякаючи на моменти відпочинку від альпінізму. Міські пейзажі вносять динамічність і показують контраст між природними локаціями та сучасним життям, що розширює аудиторію і робить блогерку більш близькою до глядачів, які живуть у шумних великих містах. Кадри з ресторанів чи інших закритих приміщень створюють баланс між зовнішнім світом і особистими моментами, додаючи тепла та домашньої атмосфери.

– *Емоційний тон* контенту багатий і різноманітний, що допомагає залучати широку аудиторію. Радість відображається у відео з подорожей та танців, спокусливість додає інтриги, переживання та цікавість передаються у відео, що висвітлюють труднощі або нові виклики, а гумор підтримує позитивну атмосферу блогу.

– *Монтаж* відео з горами у Тоні переважно використовується динамічний з частими змінами кадрів, що підкреслює напруженість і енергію підйомів. Такі відео можуть починатися із загальних планів гірських пейзажів, переходячи до крупних планів, які акцентують увагу на емоціях самої Самойлової або деталях спорядження. Для спокійніших сюжетів, наприклад, моментів відпочинку біля моря чи роздумів у горах, Самойлова обирає спокійний монтаж, де кадри змінюються неквапливо, даючи глядачам можливість насолодитися деталями. Також у її відео присутній комбінований

стиль, коли динамічні переходи поєднуються зі спокійними фрагментами, створюючи драматичний ефект і підтримуючи інтерес до контенту. Такі прийоми як уповільнення кадрів чи прискорення, часто використовуються для підсилення ключових моментів, наприклад, емоцій після досягнення вершини чи ефектності пейзажів. Завдяки цим технікам Самойлова створює відеоконтент, який легко сприймається та залучає аудиторію до переживання її історій.

– *Аудіосупровід* відеоконтенту підкреслює настрій кожної публікації. Епічна музика використовується у відео з підйомами на вершини для створення драматичності, мотиваційна музика додає енергії та надихає аудиторію, а спокійна фонові музика супроводжує більш особисті та емоційні історії. Також є відео без аудіосупроводу, лише оригінальна доріжка під час зйомки.

Ці ключові елементи в сукупності створюють образ Тоні Самойлової як сильної, сміливої та натхненної особистості, яка через свій відеоконтент транслює цінності, що мотивують її аудиторію до досягнень та сміливих кроків у житті.

На основі виокремлених нами типів контенту та елементів, які повторюються з одного відео в інше, можемо запропонувати авторську структурно-логічну модель для аналізу Instagram Reels (див. рис. 4.5). Ця модель дозволяє більш систематизовано підходити до оцінки кожного аспекта контенту, враховуючи всі вище перераховані критерії.

Наступним кроком нашого дослідження є кількісний аналіз відеоконтенту на сторінці Тоні Самойлової. Цей етап дозволить отримати точні дані про розподіл тематики, форматів відео, їхню ефективність за показниками взаємодії (лайки, коментарі, репости, збереження) та вплив окремих елементів на залученість аудиторії.



Рис. 4.5 Авторська структурно-логічна модель для аналізу Reels

Проаналізувавши відеоконтент на сторінці, можемо зробити висновок, що серед топового відеоконтенту за період з червня по жовтень Reels до дня альпініста [61]. Відео має найвищі показники за охопленням ($RR = 647,83\%$), загальною залученістю ($ER = 64,24\%$) та залученістю від охоплення ($ERR = 9,92\%$). Ефективність цього допису обумовлена сильним емоційним тоном, який підкреслює успіх і святкування, що співзвучно з аудиторією. Використання комбінованого монтажу та яскравих візуальних образів привертає увагу, створюючи потужний емоційний вплив.

Живе відео, де Антоніна годує оленів, стало другим серед топових за охопленням ($RR = 111,69\%$) [64]. Оскільки Reels не має спеціально підібраної фонової музики чи постановочних кадрів, воно створює враження справжнього моменту з життя. Такий підхід формує довіру до блогерки, адже

глядачі бачать її природною, щирою і відкритою до незвичайних ситуацій. Це відповідає сучасному тренду на автентичність у соціальних мережах, який аудиторія сприймає з особливим інтересом.

У топ контенту за RR потрапив також Reels з танцями (RR = 86,17%), що є окремою рубрикою на сторінці влогерки [71]. Ефективність відео з танцями обумовлена декількома ключовими факторами. По-перше, динаміка танцювальних рухів привертає увагу глядача, особливо у форматі Reels, де швидкі та енергійні відео мають значно вищі шанси на вірусність. По-друге, танці асоціюються із радістю, легкістю та безтурботністю, що створює позитивний емоційний фон, який приваблює аудиторію. Такі відео викликають бажання коментувати, зберігати і навіть ділитися з іншими, що значно підвищує показники залученості. Особливо варто відзначити, що танці у виконанні Тоні Самойлової відображають її впевненість і харизматичність, що сприяє зміцненню її віртуальної ідентичності. Вони демонструють, що блогерка не лише альпіністка, а й багатогранна особистість, яка може розважати та надихати через різні формати контенту.

Серед інших форматів контенту у топі за охопленнями за період з червня по жовтень мемний Reels (RR = 79,38%) [69]. Меми є одним із найпопулярніших форматів контенту в Instagram завдяки їхній короткій тривалості, гумористичній подачі та здатності швидко передавати емоційний або сатиричний меседж. У цьому випадку мем ефективно резонує з аудиторією завдяки своїй універсальності та легкості сприйняття. Такий формат не вимагає значного залучення часу або інтелектуальних зусиль, що робить його доступним для широкої аудиторії. Крім того, для підписників, які звикли до серйознішого контенту про альпінізм і подорожі, меми виступають як несподіване, але приємне доповнення, що підвищує цікавість до блогу в цілому. Така різноманітність утримує аудиторію на сторінці та підвищує її активність.

І завершує топ-5 за охопленнями короткий мотиваційний Reels про гори. Він отримав високі показники як за охопленням, так і за залученістю

(RR = 60,33%, ERR = 8,57%) [68]. Гірські локації природно завойовують увагу аудиторії своєю величиною та естетичною привабливістю. У своєму Reels Антоніна ефективно використовує ці пейзажі, демонструючи гармонію природи та акцентуючи увагу на їхній красі. Крім цього, у відео поєднуються спокій та велич, що підсилюється через вибір кадрів і мотиваційний аудіосупровід. Це викликає у глядачів відчуття гармонії та натхнення до подорожей, що сприяє їхній залученості.

Проаналізувавши весь контент за категоріями згідно з авторською структурно-логічною моделлю для аналізу Reels, бачимо, що найбільш популярними темами є гори та подорожі, що налічують відповідно 11 та 10 відео. Вони відображають основний напрямок блогу — альпінізм та пригодницький спосіб життя, що створює автентичний зв'язок між її особистісними цінностями та віртуальною ідентичністю. Особливості плану зйомки додають динаміки та візуальної привабливості її відео.

Найчастіше використовуються середній (11 відео), крупний (10 відео) та загальний (10 відео) плани (див. Додаток, рис. С). Середній план забезпечує баланс між деталями та контекстом, дозволяючи глядачам оцінити як саму блогерку, так і навколишнє середовище. Крупний план акцентує увагу на емоціях та ключових деталях, тоді як загальний план ефективно передає масштабність природи, особливо гірських пейзажів.

Кольорова палітра також відіграє важливу роль у формуванні впізнаваності контенту. Основними кольорами є білий, зелений та блакитний (по 7 відео кожен). Білий символізує чистоту та свободу, які асоціюються з гірськими вершинами. Зелений підкреслює гармонію та зв'язок із природою, а блакитний додає відчуття спокою, що допомагає створювати збалансований і естетично привабливий контент.

У більшості Reels домінує спортивний стиль, що гармонійно поєднується з образом альпіністки та активної мандрівниці. Жежуал (10 відео) додає невимушеності, роблячи контент доступним і зрозумілим для широкої

аудиторії, тоді як відвертий стиль (4 відео) підкреслює її впевненість і харизматичність.

Основна частина Reels (16 відео) знята у горах, які є символом її досягнень і основним джерелом натхнення. Додатково, міські пейзажі (6 відео) та кадри з моря (5 відео) створюють контрастність, додаючи різноманіття в її контент та розширюючи його тематичний діапазон.

Емоційний тон відеоконтенту Самойлової здебільшого передає радість (16 відео) та цікавість (11 відео). Ці емоції сприяють створенню позитивного враження та встановленню емоційного зв'язку з аудиторією, що є важливим для залучення підписників і підвищення їхньої активності.

Стиль монтажу, який переважно комбінований (17 відео), забезпечує гармонійне поєднання динаміки та спокою, дозволяючи глядачам насолоджуватися як швидкими кадрами, так і розміреним ритмом. Спокійний монтаж (10 відео) використовується для підкреслення естетики природи та створення медитативного ефекту, що добре поєднується з темою альпінізму.

Найчастіше використовується радісна музика (9 відео), яка створює позитивну атмосферу, а мотиваційна (8 відео) додає енергії та натхнення. У деяких Reels (5 відео) фонова музика підкреслює природність та дозволяє акцентувати увагу на звуках навколишнього середовища.

Центральним у побудові віртуальної ідентичності Самойлової є її здатність сприяти зв'язку та взаємодії зі своєю аудиторією. Через свої дописи та stories вона запрошує підписників приєднатися до її подорожі, пропонуючи зазирнути у своє особисте життя, тренування та моменти вразливості. Підтримуючи активну присутність у соціальних мережах і відповідаючи на коментарі та повідомлення, вона розвиває почуття взаєморозуміння зі своєю аудиторією.

Таким чином, детальний аналіз категорій контенту Тоні Самойлової демонструє, як через вибір тематики, стилю зйомки, монтажу та емоційного наповнення блогерка створює унікальну віртуальну ідентичність. Її здатність

гармонійно поєднувати естетичні елементи та особистісні цінності забезпечує високу залученість аудиторії та резонанс з її основними ідеями.

4.3 Віртуальний образ влогерки: реакції аудиторії

Віртуальний образ Тоні Самойлової будується на основі її досягнень, з якими вона стикається на шляху до мети. Більша частина аудиторії позитивно реагує на образ влогерки, який вона транслює в соціальних мережах, висловлюючи захоплення та підтримку за її досягнення. Виявляють інтерес до її пригодницьких історій та сприймають її як джерело натхнення для власних подорожей та досягнень. На це вказують коментарі, де люди висловлюють свої думки чи поради щодо подорожей, або просто виражають власну зацікавленість у подібному типі контенту.

Аудиторія активно висловлює підтримку у коментарях, де часто звучать компліменти, слова мотивації та вдячності. Глядачі відзначають її досягнення у сфері альпінізму, зокрема підкорення Евересту, та висловлюють своє захоплення її силою волі й мужністю (див. рис. 4.6). Подібні коментарі свідчать про те, що віртуальний образ Самойлової сприймається не лише як розповідь про подорожі, але й як джерело натхнення для особистісного розвитку аудиторії.

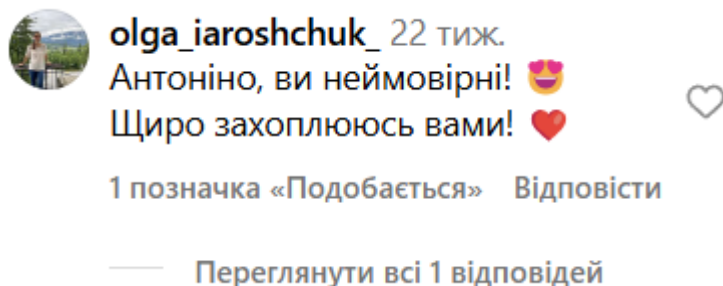


Рис. 4.6 Приклад коментаря під Reels Тоні Самойлової [63]

Особливий емоційний резонанс викликають публікації, що висвітлюють її найбільші досягнення, такі як експедиції на вершини гір. У таких випадках аудиторія не лише захоплюється, але й ділиться власними рефлексіями, що створює відчуття емоційної близькості (див. рис. 4.7).

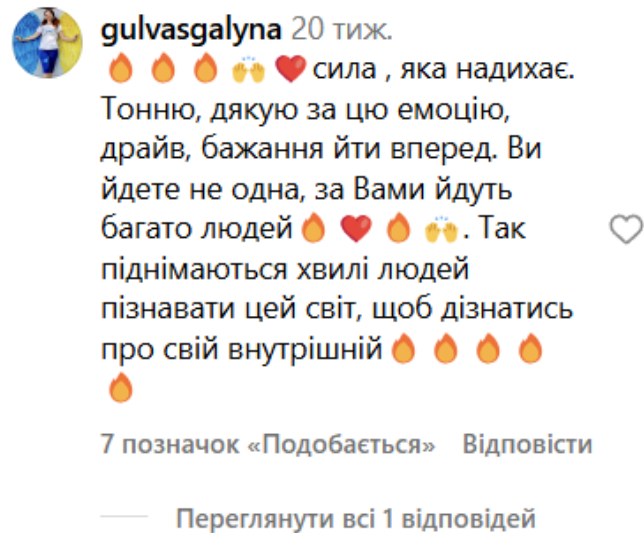


Рис. 4.7 Приклад коментаря під Reels Тоні Самойлової [62]

Значна частина коментарів стосується зовнішності Тоні та естетики її контенту. Підписники часто підкреслюють її харизматичність, природну красу та стиль, які гармонійно поєднуються з гірськими пейзажами. Аудиторія активно цікавиться технічними й організаційними аспектами подорожей. Питання у коментарях охоплюють теми маршруту, спорядження, підготовки до сходжень. Це свідчить про бажання глядачів не лише спостерігати за подорожами, але й долучитися до цього досвіду, що підсилює відчуття інтерактивності контенту. Аудиторія також високо оцінює естетику контенту Самойлової. Пейзажі гір, мальовничі краєвиди та гармонійні композиції кадрів створюють враження витонченого стилю, що резонує з підписниками. Глядачі часто залишають компліменти у вигляді емоджі. Така естетична привабливість сприяє поширенню контенту серед ширшої аудиторії, оскільки підписники охоче діляться ним зі своїми друзями. Коли

Самойлова ділиться своїми труднощами або рефлексією, це викликає хвилю емпатії серед підписників. Коментарі, що містять слова підтримки, надають їй додаткового натхнення і підтверджують, що її аудиторія не лише спостерігає за її подорожами, але й щиро вболіває за неї.

Загалом, Тоня Самойлова вдало використовує елементи гірської естетики для створення автентичного наративу, який підкреслює її життєві цінності: прагнення до свободи, подолання перешкод та зв'язок із природою. Її контент не просто ілюструє гірські маршрути чи мальовничі пейзажі — він передає унікальну історію саморозвитку, наполегливості та пошуку себе в умовах, що потребують фізичної та емоційної стійкості. Завдяки інтеграції музики, динамічних ефектів і продуманих композицій Самойлова створює емоційний зв'язок із глядачами, які асоціюють її подорожі з прагненням до самореалізації та внутрішнього балансу. Проаналізувавши відеоконтент на акаунті Тоні Самойлової бачимо, що влогерка щиро ділиться своїми емоціями, що робить її образ більш людяним та доступним для аудиторії. І в результаті це сприяє підвищенню лояльності аудиторії. Кожне її нове досягнення, наприклад сходження на нову вершину, надихає її підписників на власні звершення.

Висновки до розділу 4

У цьому розділі проаналізовано особливості конструювання віртуальної ідентичності на платформі Instagram, зокрема через кейс Тоні Самойлової. У дослідженні розглянуто, як через естетику гір, наратив свободи, візуальний сторітелінг та інтерактивність із аудиторією формуються ключові елементи віртуального образу блогерки.

Ми визначили основні категорії відеоконтенту, зокрема тематика, план зйомки, кольорова палітра, стиль одягу, локація, емоційний тон, монтаж та аудіосупровід. На основі виокремлених нами типів контенту та елементів, які повторюються з одного відео в інше, ми запропонували авторську

структурно-логічну модель для аналізу Instagram Reels, що дозволила більш систематизовано підійти до оцінки кожного аспекта контенту, враховуючи всі вище перераховані критерії.

На основі аналізу ми дійшли до висновку, що Instagram Reels, як сучасний інструмент для самовираження, надає можливість творчо інтегрувати особистісні цінності у цифровий простір. Відеоконтент Тоні Самойлової вирізняється гармонійним поєднанням символічних елементів гірської естетики, таких як стійкість, свобода та самопізнання. Її контент, зосереджений на подорожах та альпінізмі, передає унікальний досвід подолання перешкод та досягнення мети, що формує сильний емоційний зв'язок з аудиторією.

Аналіз категорій контенту засвідчив, що найбільш популярними є теми гір та подорожей. Використання різноманітних планів зйомки, збалансованої кольорової палітри та відповідного стилю одягу підсилює естетичність контенту, а монтаж та аудіосупровід забезпечують динаміку та емоційний вплив. Головними локаціями контенту є гори, море та міські пейзажі, які розширюють тематику блогу і роблять його доступним для різних сегментів аудиторії.

Реакції аудиторії демонструють високий рівень зацікавленості, що підтверджується активністю в коментарях. Підписники висловлюють захоплення досягненнями Самойлової, підтримують її та надихаються її прикладом. Водночас вони цікавляться технічними аспектами подорожей, що свідчить про прагнення долучитися до такого способу життя. Значну роль у залученості аудиторії відіграє автентичність блогерки, яка проявляється через її щирість, емоційну відкритість та гармонійне поєднання особистісних цінностей з естетикою контенту.

Таким чином, досвід Тоні Самойлової підтверджує, що успішне конструювання віртуальної ідентичності базується на трьох ключових аспектах: автентичності, інтерактивності та естетичній привабливості. Віртуальний образ, який транслює її цінності та досягнення, стає джерелом

натхнення та мотивації для аудиторії. Це робить її контент не лише популярним, але й значущим у контексті формування цифрових ідентичностей у сучасному медіапросторі.

РОЗДІЛ 5

ГЛИБИННЕ ІНТЕРВ'Ю: ОСОБИСТІСНА ТА ВІРТУАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ INSTAGRAM-БЛОГЕРКИ

5.1 Методологія інтерв'ю з Тонею Самойловою та аналіз зібраних даних

Аналіз віртуальної ідентичності Тоні Самойлової в Instagram включав дослідження візуальних образів, текстових публікацій та реакцій аудиторії. Саме це дало змогу виявити основні елементи, через які вона позиціонує себе як унікальний і надихаючий образ. Матеріали стали підґрунтям для розуміння віртуальної ідентичності Самойлової, однак, щоб сформувати повноцінне уявлення про її віртуальний образ, необхідно доповнити ці дані інформацією про її особистісну ідентичність. Таким чином, наступним кроком дослідження стало глибинне інтерв'ю, яке дає змогу зрозуміти внутрішні мотивації, цінності та особистісні риси влогерки, що залишаються за кадром медійного контенту.

Основною метою глибинного інтерв'ю було визначити, яким чином Тоня Самойлова конструює свою особистісну ідентичність, які фактори впливають на її вибір контенту для Instagram та як вона поєднує власні життєві цінності з медійним образом. Розуміння її особистісної ідентичності дозволяє поглибити аналіз віртуальної ідентичності, адже ці дві ідентичності є взаємопов'язаними і впливають одна на одну, формуючи цілісний образ, що сприймається аудиторією.

Для проведення дослідження було обрано метод глибинного інтерв'ю у форматі Google-форми, який забезпечив структурованість запитань і зручність для респондентки. Формат Google-форми дозволив Тоні Самойловій надати розгорнуті відповіді у зручний для неї час, що забезпечило автентичність і детальність відповідей. Перед розробкою анкети для інтерв'ю було створено тематичні блоки, які забезпечили структурність

дослідження. Питання фокусувалися на таких аспектах, як особистісна ідентичність блогерки, що розкриває її життєві цінності, професійні прагнення, мотиваційні чинники та особисті пріоритети; віртуальна ідентичність, що включає підходи до візуальної та текстової презентації у соціальних мережах, стиль подачі контенту та особливості взаємодії з аудиторією; а також взаємозв'язок між цими ідентичностями, зокрема аналіз того, яким чином ідентичності збігаються або різняться, і як це впливає на сприйняття її аудиторією. Додатково було здійснено аналіз контенту блогу Самойлової в Instagram, включаючи візуальні образи, тексти публікацій та реакції підписників. Цей аналіз дав змогу виділити ключові характеристики, через які блогерка презентує себе на різних рівнях. Він також став підґрунтям для подальшого порівняння відповідей, отриманих у ході інтерв'ю, з елементами її медійного образу, що підвищує цілісність та достовірність інтерпретації зібраних даних.

Процес збору та обробки даних включав етапи збереження отриманих відповідей, їх транскрипції, кодування та інтерпретації. Використання Google-форми забезпечило зручне зберігання та обробку даних, які були структуровані відповідно до тематичних категорій. Метод кодування передбачав виділення ключових тематичних елементів та розподіл їх за категоріями, що сприяє чіткішій структуризації інформації. Завершальним етапом стала інтерпретація, в ході якої дані були зіставлені з результатами попереднього контент-аналізу блогу Самойлової, що дало змогу виявити спільні та відмінні риси між її особистісною та віртуальною ідентичностями.

Таким чином, цей підхід дозволив не лише з'ясувати, яким чином Самойлова сама конструює та сприймає свою ідентичність, а й оцінити рівень цілісності її віртуального образу в Instagram. У наступному розділі ми докладніше розглянемо специфічні аспекти порівняння особистих поглядів блогерки з образом, який вона створює через контент.

5.2 Порівняння особистих поглядів блогерки з образом, який вона створює через контент

Віртуальна ідентичність сучасного блогера часто стає відображенням його особистих цінностей, однак із певними адаптаціями для аудиторії. Важливим аспектом цього дослідження є порівняння реальних поглядів Тоні Самойлової з образом, який вона створює у своєму Instagram-блогу. Це дозволяє глибше зрозуміти, як її реальні життєві цінності інтегруються в цифрову ідентичність, а також оцінити ступінь автентичності її контенту.

На основі відповідей Тоні, її головні життєві цінності обертаються навколо свободи, саморозвитку та щирості. Вона прагне досягати вершин у буквальному й метафоричному сенсі, акцентуючи увагу на важливості подолання труднощів. Позасоцмережеве життя для неї — це простір для самопізнання, зв'язку з природою та спілкування з близькими. Її підхід до викликів заснований на принципі «відчуваю страх, але дію», що підкреслює її стійкість і наполегливість. Тоня також цінує автентичність і прагне показувати себе реальною людиною, яка не боїться слабкостей. Водночас вона свідомо залишає поза кадром надто особисті моменти, щоб підтримувати баланс між мотиваційним контентом та своєю приватністю.

Віртуальний образ Самойлової у соціальних мережах побудований на основі її досягнень та альпіністського способу життя. Основні елементи її контенту — це кадри з мальовничими гірськими пейзажами, моменти тріумфу після підкорення вершин та фрагменти життя, які демонструють її активний спосіб життя. Цей образ передає цінності свободи, сили волі, гармонії з природою та прагнення до саморозвитку. Контент Самойлової вирізняється високою естетикою, динамічним монтажем та ретельно продуманою композицією кадрів. Вона використовує Reels як платформу для передачі емоцій, які надихають і мотивують аудиторію. У своїх публікаціях Самойлова акцентує увагу на візуальній складовій і прагне зробити контент не лише інформативним, але й візуально привабливим.

Порівнюючи особисті погляди блогерки з образом, який вона створює через контент, можемо зробити висновок, що особисті погляди Тоні та створений образ у соціальних мережах загалом збігаються. Вони обидва базуються на ключових цінностях свободи, наполегливості та саморозвитку. Однак, віртуальний образ акцентує більше на досягненнях та естетиці, тоді як у реальному житті Тоня також приділяє значну увагу більш приватним аспектам — близьким стосункам та моментам самопізнання.

Віртуальна ідентичність Самойлової відображає її справжню особистість, але з акцентом на натхненні та мотивації. Вона щиро ділиться своїми емоціями й досвідом, що створює у підписників відчуття близькості. Водночас, найбільш вразливі моменти залишаються поза кадром, що дозволяє їй підтримувати контроль над своїм образом. У віртуальному просторі Самойлова частково відповідає очікуванням своєї аудиторії, що вимагає від неї бути прикладом сили й натхнення. Це іноді створює певний тиск, але водночас мотивує її до особистісного розвитку. Віртуальний образ Тоні виступає як продовження її внутрішніх прагнень. Через контент вона не лише самовиражається, але й використовує платформу для впливу на аудиторію, допомагаючи їм знайти мотивацію для власних досягнень.

Особливо помітною є різниця в емоційному тоні. Реальна Тоня дозволяє собі більше внутрішніх сумнівів і рефлексій, тоді як у контенті вона зосереджується на натхненні й позитиві. Така адаптація під аудиторію є типовою для віртуальних ідентичностей, які формуються для підтримки інтерактивності й зацікавленості глядачів.

Отже, особисті погляди Тоні Самойлової та її віртуальний образ у соціальних мережах мають високий рівень збігу, що підкреслює її прагнення до автентичності. Однак, віртуальна ідентичність акцентує увагу на найбільш привабливих і натхненних аспектах її життя, тоді як глибші й більш приватні сторони залишаються поза увагою публіки. Цей баланс дозволяє їй створювати ефективний, естетично привабливий контент, що резонує з аудиторією, зберігаючи при цьому особистісну цілісність.

5.3 Вплив Instagram Reels на формування віртуальної ідентичності

Instagram Reels як один із найпопулярніших форматів контенту відіграє ключову роль у формуванні віртуальної ідентичності сучасних блогерів. Цей формат дозволяє передати емоції, ідеї та візуальні образи, які максимально відповідають очікуванням аудиторії та одночасно демонструють унікальність автора. На прикладі дослідження віртуальної ідентичності Тоні Самойлової можна побачити, як використання Reels стає основним інструментом не лише для створення контенту, а й для побудови глибокого зв'язку з аудиторією.

Аналіз віртуальної ідентичності Самойлової показав, що через Reels вона інтегрує свої життєві цінності — свободу, наполегливість, саморозвиток — у короткі, динамічні відео. Формат Reels дозволяє передати ключові меседжі через яскраві візуальні образи, які часто акцентують увагу на досягненнях, таких як підкорення вершин, та на естетичній привабливості пейзажів. Це створює враження цілісності її віртуального образу та водночас посилює натхненний характер контенту.

Одна з переваг Reels полягає у можливості використовувати динамічний монтаж, музику та візуальні ефекти для посилення емоційного впливу. У випадку з Тонею Самойловою ці інструменти допомагають створити мотиваційний контент, який резонує з аудиторією та підкреслює її життєві цінності. Наприклад, відео з гірських ландшафтів чи кадри сходження на вершини супроводжуються музикою, яка додає драматичності й натхнення, створюючи глибокий емоційний зв'язок із підписниками [62]. Reels також дозволяє Самойловій підтримувати баланс між автентичністю та естетикою. Завдяки короткому формату вона може зосередитися на ключових моментах, що викликають найбільший інтерес аудиторії, одночасно залишаючи поза кадром особисті рефлексії або труднощі, які не завжди є доречними для широкого загалу. Це формує позитивний імідж, який аудиторія сприймає як надихаючий і цілісний.

Загалом, на основі проведеного дослідження можна стверджувати, що Reels відіграють центральну роль у побудові віртуальної ідентичності Тоні Самойлової. Завдяки цьому формату вона успішно поєднує свої життєві цінності з вимогами аудиторії, створюючи контент, який водночас є автентичним і адаптованим до очікувань глядачів. Формат Reels дозволяє Самойловій візуально й емоційно підсилити ключові елементи свого образу, такі як сила волі, натхнення та любов до природи.

Висновки до розділу 5

У цьому розділі проаналізовано особистісну та віртуальну ідентичності Instagram-блогерки Тоні Самойлової, використовуючи метод глибинного інтерв'ю та аналіз контенту її блогу. Результати дослідження підтвердили, що віртуальна ідентичність Самойлової є відображенням її особистісних цінностей, таких як свобода, наполегливість та саморозвиток, але адаптованою до вимог аудиторії та особливостей цифрового середовища. Відповіді Самойлової та аналіз її контенту свідчать про високий рівень збігу між реальними поглядами блогерки та образом, який вона транслює у соціальних мережах. Її прагнення до автентичності проявляється у щирості подачі матеріалів та акценті на особистих досягненнях. Водночас, деякі аспекти її особистого життя залишаються поза кадром, що дозволяє підтримувати баланс між публічним та приватним.

Ми визначили, що формат коротких динамічних відео Instagram Reels відіграє ключову роль у створенні віртуального образу Самойлової. Цей інструмент дозволяє акцентувати увагу на найважливіших аспектах її життєвих цінностей та досягнень, створюючи сильний емоційний зв'язок з аудиторією. Завдяки Reels, блогерка інтегрує свої реальні цінності у віртуальний простір, залишаючись мотивуючим прикладом для підписників.

Звідси випливає, що Антоніна Самойлова успішно балансує між необхідністю створення естетично привабливого контенту та збереженням

автентичності. Це забезпечує її контенту високу привабливість та довіру з боку підписників, а також сприяє збереженню її особистісної цілісності.

Таким чином, результати дослідження підтвердили, що віртуальна ідентичність Тоні Самойлової є глибоко інтегрованою з її особистісними цінностями, але адаптованою до специфіки платформи Instagram та потреб її аудиторії.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило глибше зрозуміти відеоблогінг як сучасний феномен медіакультури, що поєднує візуальну комунікацію, особистісну та віртуальну ідентичність. У роботі акцентовано увагу на теоретичних засадах відеоблогінгу, його історичному розвитку та сучасних тенденціях. Особливе місце приділено вивченню конструюванню особистісної віртуальної ідентичності через соціальні медіа та аналізу кейсу Instagram-блогерки Тоні Самойлової.

Результати нашого проєкту можна представити наступними положеннями.

– Досліджено основні поняття відеоблогінгу та його історичний шлях. Визначено основні теоретичні підходи та концепції сучасного відеоблогінгу. Ми встановили, що відеоблог як основний компонент сучасної медіакультури характеризується регулярністю, візуальною комунікацією, підкресленням особистісної ідентичності та інтерактивним залученням. Еволюція відеоблогів, простежена через ключові віхи, висвітлює його трансформацію в більш професійну форму, що відображає симбіотичні стосунки між влогерами та їхньою аудиторією. Теоретичні підходи, починаючи від структурного функціоналізму і закінчуючи символічним інтеракціонізмом, забезпечують концептуальний каркас для розуміння соціальної динаміки, притаманної відеоблогу. Акцент Джорджа Герберта Міда на індивідуальних діях як унікальних у суспільстві та погляд Юргена Габермаса на соціальну комунікацію служать критичними лінзами, через які розкривається значення відеоблогів. Створення авторського визначення консолідує це розуміння, розглядаючи відеоблоги як форму створення контенту, де люди використовують відео як основний спосіб самовираження в соціальних мережах.

– Визначено технології створення та публікації відеоконтенту, зокрема обладнання, програмне забезпечення та методи монтажу. Виокремлено

тенденції та тренди у розвитку відеоблогінгу. Дослідження основних платформ, зокрема YouTube, Instagram і TikTok, підкреслює динамічну взаємодію між демографічними характеристиками аудиторії та залученістю до контенту, підкреслюючи важливість розуміння нюансів для ефективної комунікації. Виявлення нових тенденцій, включаючи автентичність, нішевий контент, короткі відео та оптимізацію за допомогою штучного інтелекту, прогнозує траєкторію відеоблогінгу. Ці тенденції, що ґрунтуються на технологічному прогресі та залученні аудиторії, окреслюють шлях для творців, які шукають резонансу в цифровому ландшафті, що постійно розвивається.

– Досліджено основні поняття віртуальної ідентичності, виявлено основні прийоми конструювання особистісної віртуальної ідентичності в онлайн-середовищі. Ми визначили, що соціальні мережі, як основний інструмент для створення і підтримки віртуальної ідентичності, поєднують способи самовираження, взаємодії та сприйняття. Нами запропоновано дефініцію цього поняття, яка враховує його багатогранність і унікальність. Формування віртуальної ідентичності передбачає не лише творчий підхід, але й постійне реагування на зміни цифрового середовища, що робить цей процес динамічним та адаптивним.

– Проаналізовано відеоконтент Тоні Самойлової, на базі цього визначено особливості конструювання віртуальної ідентичності мандрівниці; досліджено реакції аудиторії на образ влогерки. Ми визначили, що Reels надає унікальні можливості для інтеграції особистісних цінностей у віртуальний простір. Елементи естетики гір, наратив свободи та інтерактивність із аудиторією створюють емоційний зв'язок, який формує цілісний образ блогерки. Наша структурно-логічна модель аналізу контенту Reels дозволяє систематизувати ключові аспекти створення успішного відеоконтенту.

– Проаналізовано особистісну та віртуальну ідентичності Instagram-блогерки Тоні Самойлової, використовуючи метод глибинного

інтерв'ю та аналіз контенту її блогу; оцінено ступінь автентичності створеного віртуального образу у порівнянні з особистими поглядами блогерки. Результати дослідження підтвердили високий рівень збігу між її реальними поглядами та віртуальним образом. Її прагнення до автентичності проявляється через контент, який одночасно надихає та мотивує. Формат Reels став центральним інструментом для передачі її цінностей, таких як свобода, наполегливість і гармонія з природою, завдяки використанню динамічного монтажу, музики та яскравих візуальних ефектів.

Отже, ця робота пропонує всебічне розуміння відеоблогінгу як багатогранного явища, сформованого історичною еволюцією, теоретичними основами та сучасними тенденціями. У міру того, як відеоблог продовжує розвиватися, поєднання автентичності, технологічної майстерності та чіткого розуміння динаміки аудиторії стає наріжним каменем успіху в цій динамічній і захоплюючій сфері створення цифрового контенту. Аналіз кейсу Тоні Самойлової демонструє, як віртуальний образ може гармонійно відображати цінності автора, залишаючись джерелом натхнення для аудиторії. Отримані результати відкривають нові перспективи для дослідження цифрових ідентичностей, а також сприяють розумінню того, як сучасні інструменти контенту, такі як Instagram Reels, формують динаміку самовираження у цифрову епоху.



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Васильєва А. Блоги як новий засіб масової інформації в Україні. Молодий вчений. 2017. № 12 (52). С. 119–122.
2. Василюк Т. Аудиторія як автор інформації: роль користувачів у створенні контенту. Вісник Львівського університету. Серія журналістика. 2019. № 45. С. 360–366.
3. Висоцька О. Є. Конструювання ідентичності у цифрову епоху та механізми соціального контролю. Філософія та політологія в контексті сучасної культури. 2024. Т. 16, № 1. С. 3–11.
4. Волинець В. Ідентичність особистості та специфіка її самопрезентації у віртуальному комунікативному просторі. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2021. № 2. С. 6.
5. Гудімова А. Х. Віртуальна ідентичність як предиктор трансформації психологічного благополуччя користувачів соціальних мереж. Репозитарій ОНУ імені І. І. Мечникова. Одеса, 2023. С. 15–19.
6. Доброносова Ю. Медіакультурна специфіка відеоблогінгу як практики медіакомунікації // Вісник Львівського університету. Сер. Філософські науки. 2019. Т. 23. С. 85–91.
7. Зварич І. М., Чуйко Г. В., Чаплак Я. В. Віртуальна ідентифікація сучасної людини. Psychological journal. 2021. Т. 7, № 2 (46). С. 9–24.
8. Кісельова А. Україномовна блогосфера як сучасний засіб формування національної самосвідомості. Система і структура східнослов'янських мов. 2015. № 8. С. 171–180.
9. Козленко В. «Комунікативна модель» суспільства Нікласа Лумана як методологія дослідження релігії. Вісник Черкаського університету. 2015. № 11 (344). С. 37–43.
10. Мальцева Л. Українська блогосфера: функціонально-стильова характеристика. Вісник Львівського університету. Серія філологічна. 2011. № 52. С. 278–289.

11. Мозгова Н. Г. Гра як основа соціальних відносин у віртуальній реальності. Цифрова реальність у глобальній системі людина-суспільство. Київ, 2021. С. 43–47.
12. Подольська Є. А., Подольська Т. В. Соціологія: 100 питань — 100 відповідей. Київ : ІНКІОС, 2009. 352 с.
13. Страшко І. Блогосфера як новий простір соціокультурної комунікації у сфері мовної освіти. Збірник наукових праць «Гілея: науковий вісник». 2015. № 101. С. 400–404.
14. Токарева В. О. Віртуальна ідентичність як проекція фізичної особи у мережі Інтернет. Часопис цивілістики. 2019. № 45. С. 406–418.
15. Токарева В. О. Формування категорії «віртуальна ідентичність» у мережі Інтернет. Часопис цивілістики. 2019. № 45. С. 63–68.
16. Турецька Х. Особистісна ідентичність і віртуальна реальність. Ідентичність особистості: становлення та особливості. 2012. С. 135–152.
17. Чекмишев О.В., Ярошенко Л.А. Основи якісного блогерства : навч. посіб. Київ: А.М.Рудницька. 2014. С. 48.
18. Ченбай Н. А. Знаково-символічна природа комунікації в цифрову епоху. Цифрова реальність у глобальній системі людина-суспільство. Київ, 2021. С. 94–96.
19. Шабанова Ю., Яременко І., Тарасова Н. Історія філософії: сучасні комунікативні вчення : навч. посіб. Дніпро : Нац. гірн. ун-т, 2012. 120 с.
20. Baym N. K. Personal Connections in the Digital Age (Digital Media and Society). 2nd ed. Cambridge : Polity, 2015. 240 p.
21. Berry T. B. A Cultural History of Videoblogging. Brighton, UK : University of Sussex, 2014. 226 p.
22. Block B. The Visual Story: Creating the Visual Structure of Film, TV and Digital Media. 3rd ed. New York : London : Routledge, 2020. 297 p.
23. Brown B. The Basics of Filmmaking. New York; London : Routledge; 1st edition, 2020. 194 p.

24. Burgess J., Green J. YouTube: Online Video and Participatory Culture. Cambridge, UK : Polity, 2009. 140 p.
25. Castells M. The Rise of the Network Society. 2nd ed. New Jersey : Wiley-Blackwell, 2009. 656 p.
26. Couldry N. Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice. Cambridge : Polity, 2013. 540 p.
27. Dijck J. v. The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media. United Kingdom : Oxford University Press, 2013. 240 p.
28. Duffy R., Hayman J., Kaur H. Video Production. Open Library Publishing Platform – Pressbooks for Ontario's Postsecondary Educators. URL : <https://ecampusontario.pressbooks.pub/conestogalearners/chapter/intro-to-video-production/> (дата звернення: 29.11.2024).
29. Gant D., Kiesler S. Blurring the Boundaries: Cell Phones, Mobility, and the Line between Work and Personal Life. Wireless World. London, 2002. P. 121–131.
30. Gluesing J. C. Identity in a virtual world: the coevolution of technology, work, and lifecycle. NAPA Bulletin. 2008. T. 30, № 1. P. 70–88.
31. Goffman E. The Presentation of Self in Everyday Life. USA : Anchor, 1959. 259 p.
32. Hauben M. The Net and the Netizens: The Impact the Net has on People's Lives. Netizens: An Anthology. 1995. Part I, Chapter 1. P. 6–25.
33. Horton D., Wohl R. Mass Communication and Para-Social Interaction. Observation on Intimacy at a Distance, Psychiatry. 1956. No. 19. P. 215–229.
34. Hoser T. Introduction to Cinematography: Learning Through Practice. 1st edition. Oxfordshire : Routledge, 2018. 416 p.
35. Inweb A. Як створити голос бренду, який спирається на реальні дані – досвід Романа Скрупника, Head of Content агенції Inweb. Speka – онлайн медіа про технології та підприємництво | SPEKA.media | SPEKA.media. URL : <https://speka.media/yak-stvoriti-golos-brendu-yakii-spirajet>

sya-na-realni-dani-dosvid-romana-skrupnika-head-of-content-agencyi-inweb-9g2o
r2 (дата звернення: 29.11.2024).

36. Josef Š., Merunková L. Goffman's Theory as a Framework for Analysis of Self Presentation on Online Social Networks. Czech Republic : Masaryk University Journal of Law and Technology, 2019. 34 p.

37. Kannen V., Langille A. Virtual identities and digital culture. London : Routledge, 2023. 266 p.

38. Life on the screen: Identity in the age of the Internet. New York : Simon & Schuster, 1995. 347 p.

39. Merrill M. Digital Dreamscapes: Navigating Our Virtual Identities. London : Self-Published, 2023. 73 p.

40. Miller V. Understanding Digital Culture. 2nd ed. California : SAGE Publications Ltd, 2020. 344 p.

41. Nakamura L. Digitizing Race: Visual Cultures of the Internet (Electronic Mediations). Univ Of Minnesota Press, 2007. 240 p.

42. Papacharissi Z. A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites. London : Routledge, 2010. 336 p.

43. Peschke L., Gürmeric C. Online Communication in the Context of Personal, Virtual and Corporate Identity Formation. Norderstedt, Germany : Books on Demand, 2018. 162 p.

44. Phillips T. Imagined Communities and Self-identity: An Exploratory Quantitative Analysis. Sociology. 2002. T. 36, № 3. P. 597–617.

45. Treske A. The inner life of video spheres. Amsterdam : Institute for Network Cultures, 2013. 56 p.

46. Turkle S. Alone Together: Why We Expect More From Technology And Less From Each Other. New York : Basic Books, 2017. 400 p.

47. Turkle S. Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet. New York : Simon & Schuster, 1997. 352 p.

48. Udescu A., Cucu E. Instagram Benchmarks 2025: Content Performance Statistics and Strategic Optimization Insights. URL :

<https://www.socialinsider.io/blog/instagram-benchmarks/> (дата звернення: 29.11.2024).

49. Virtual Learning Environments: Unveiling Learning and Identity. London : Routledge, 2024. 148 p.

50. Wood N. T., Solomon M. R. Virtual Social Identity and Consumer Behavior. London : Routledge, 2014. 230 p.

Досліджувані джерела

51. Альона Альона. Kharkiv region . Instagram. URL : <https://www.instagram.com/p/C7MddHqtiRm/> (дата звернення: 29.11.2024).

52. Богдан. Світанок на Синевирському перевалі. Instagram. URL : https://www.instagram.com/p/C_ccX0iMAVk/ (дата звернення: 29.11.2024).

53. Варварук Д. Особистий блог. Instagram. URL : https://www.instagram.com/dima_varvaruk/ (дата звернення: 29.11.2024).

54. Кохан В. Рідкісний шедевр етнографічної експедиції. Instagram. URL : <https://www.instagram.com/reel/CjfvVszjxBU/> (дата звернення: 29.11.2024).

55. Кравченко А. Оглядовий майданчик в селищі Рибник. Instagram. URL : <https://www.instagram.com/p/C60ulQ3t1vq/> (дата звернення: 29.11.2024).

56. Ceci. L. Distribution of TikTok users worldwide as of July 2024, by age and gender. Statista. URL : <https://www.statista.com/statistics/1299771/tiktok-global-user-age-distribution/> (дата звернення: 29.11.2024).

57. Ceci. L. Distribution of YouTube users worldwide as of July 2024, by age group and gender. Statista. URL : <https://www.statista.com/statistics/1287137/youtube-global-users-age-gender-distribution/> (дата звернення: 29.11.2024).

58. Dixon S. Distribution of Instagram users worldwide as of April 2024, by age and gender. Statista. URL : <https://www.statista.com/statistics/248769/age-distribution-of-worldwide-instagram-users/> (дата звернення: 29.11.2024).

59. Kumar N. Latest Instagram Reels Statistics 2024 (Upload Data). DemandSage. URL : <https://www.demandsage.com/instagram-reel-statistics/> (дата звернення: 29.11.2024).

60. Maslanka M. The vlog blog: history of vlogging. Motion Source | Chicago Video Production Company. URL : <https://www.motionsource.com/blog/the-vlog-blog-history-of-vlogging> (дата звернення: 29.11.2024).

61. Samoilova A. В Міжнародний день альпінізму. Instagram. URL : https://www.instagram.com/reel/C-ZyJz5oGAE/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA== (дата звернення: 29.11.2024).

62. Samoilova A. Все, що ти хочеш, знаходиться по інший бік страху. Instagram. URL : https://www.instagram.com/reel/C8to7bTIEqt/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA== (дата звернення: 29.11.2024).

63. Samoilova A. Іноді щось здається зовсім неможливим, поки ти цього не зробиш . Instagram. URL : <https://www.instagram.com/reel/C8MI-axobQ-/?igsh=eG1uaGcwd3FiMTI3> (дата звернення: 29.11.2024).

64. Samoilova A. Місце, в якому олені гуляють вулицями як собаки і готові йти за тобою та буцати рогами за пачку печива. Instagram. URL : https://www.instagram.com/reel/C_7lp9wxIiE/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA== (дата звернення: 29.11.2024).

65. Samoilova A. Можливо, ви здивуєтесь, але мій ранок в горах починається так само як в місті - з догляду за собою!. Instagram. URL : <https://www.instagram.com/reel/C6IvWRwor65/> (дата звернення: 29.11.2024).

66. Samoilova A. Не пропустіть найцікавіше – третє сходження на Еверест, підписуйтесь аби бачити backstage експедиції 😊🏔️. Instagram. URL : <https://www.instagram.com/p/C6x9P3yoto9/> (дата звернення: 29.11.2024).

67. Samoilova A. Особистий блог. Instagram. URL : <https://www.instagram.com/tonya.samoilova/> (дата звернення: 29.11.2024).

68. Samoilova A. Останнім часом я зрозуміла, що найнебезпечніше – це боятися жити життя. Instagram. URL : <https://www.instagram.com/reel/C9m>

YfzKqom4/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==
(дата звернення: 29.11.2024).

69. Samoilova A. У кого теж так? Ставте + 😊. Instagram. URL :
https://www.instagram.com/reel/DA5Ov_IoBrn/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA== (дата звернення: 29.11.2024).

70. Samoilova A. Choose next topic of the post 📌. Instagram. URL :
<https://www.instagram.com/reel/C6f6sVmoeor/> (дата звернення: 29.11.2024).

71. Samoilova A. TBT 🏔️🌈👦💣. Instagram. URL :
https://www.instagram.com/reel/DBA-83uoXZO/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA== (дата звернення: 29.11.2024).

72. Sanchez D. History of vlogging, the first vlogger, & how vlogging evolved. Dan Sanchez. URL : <https://danchez.com/history-of-vlogging/> (дата звернення: 29.11.2024).

73. Social Media Trends Report 2024 | Semrush. Semrush. URL :
https://go.semrush.com/social-media-trends_en.html (дата звернення: 27.11.2023).

74. The 5 Biggest YouTube Video Trends 2024. Vidpros. URL :
<https://vidpros.com/the-5-biggest-youtube-video-trends-2024/> (дата звернення: 29.11.2024).

75. Video marketing statistics 2021 (brand new data). Wyzowl. URL :
<https://www.wyzowl.com/sovm-results-2021/> (дата звернення: 29.11.2024)

76. Wise J. Youtube Shorts Statistics 2024: How Many People Use It? // Earthweb. URL : <https://earthweb.com/youtube-shorts-statistics/> (дата звернення: 29.11.2024).

ДОДАТОК

Контент-аналіз Instagram Reels Тоні Самойлової: авторське емпіричне дослідження

Результати кількісного контент-аналізу Instagram Reels Тоні Самойлової за період з червня по жовтень 2024 у повному обсязі:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1rW00h7prTRwm-IYxqaKX2WZxFUXJpcaFkHtAKIhOgXQ/edit?usp=drive_link

Дослідження базується на авторській структурно-логічній моделі, яка включає такі категорії як тематика, план зйомки, кольорова палітра, стиль одягу, локація, емоційний тон, стиль монтажу, аудіосупровід, а також на кількісних показниках, взятих з офіційної статистики Instagram, зокрема підписники, охоплення, кількість лайків, коментарів, репостів та збережень. На основі цих даних прораховано RR (відсоток людей від загальної кількості підписників, які побачили допис), ER (відсоток людей, які повзаємодіяли з контентом від загальної кількості підписників) та ERR (відсоток людей, які провзаємодіяли з дописом з тих, хто його побачив).

Червень 2024																	
№	Дата	Лінк	Допис	RR	Підписники	Охоплення	Лайки	% Лайків	Коментарі	% Коментарі	Репости	% Репостів	Збереження	Збережени	Залученість	ER	ERR
1	ср, 05 .06	https://www	рилз гори вс море	47,60	46800	22278	2768	12,42	119	0,53	69	0,31	77	0,35	3033	6,48	13,61
2	пн, 10 .06	https://www	рилз фото-розіграш	26,69	46800	12490	1700	13,61	30	0,24	23	0,18	20	0,16	1773	3,79	14,20
3	чт, 13 .06	https://www	д-к реклама ЄВА	21,74	46800	10172	875	8,60	9	0,09	12	0,12	34	0,33	930	1,99	9,14
4	пт, 14 .06	https://www	рилз гори з надписом	19,43	46800	9095	712	7,83	15	0,16	6	0,07	13	0,14	746	1,59	8,20
5	ср, 19 .06	https://www	рилз Сва	9,78	47000	4597	169	3,68	0	0,00	1	0,02	4	0,09	174	0,37	3,79
6	пт, 21 .06	https://www	Дарк Сайд	22,19	47000	10428	1700	16,30	84	0,81	17	0,16	46	0,44	1847	3,93	17,71
7	чт, 27 .06	https://www	гори	25,74	47400	12201	1500	12,29	34	0,28	32	0,26	58	0,48	1624	3,43	13,31
8	пт, 28 .06	https://www	Литва лайф	27,69	47647	13194	1185	8,98	26	0,20	5	0,04	34	0,26	1250	2,62	9,47
середній показник за місяць				25,11	47030,88	11806,88	1326	10,47	39,63	0,29	21	0,15	36	0,28	1422	3,03	11,18
Липень 2024																	
№	Дата	Лінк	Допис	RR	Підписники	Охоплення	Лайки	% Лайків	Коментарі	% Коментарі	Репости	% Репостів	Збереження	Збережени	Залученість	ER	ERR
1	пн, 08 .07	https://www	Кайт Лайф	19,89	47482	9446	941	9,96	16	0,17	2	0,02	23	0,24	982	2,07	10,40
2	пт, 12 .07	https://www	Люксоптика	17,64	47418	8365	629	7,52	7	0,08	3	0,04	13	0,16	652	1,38	7,79
3	пт, 19 .07	https://www	Короткий рилз гори	60,33	47578	28704	2184	7,61	11	0,04	77	0,27	188	0,65	2460	5,17	8,57
4	сб, 27 .07	https://www	Рилз Трекінг	16,76	47564	7970	469	5,88	6	0,08	4	0,05	13	0,16	492	1,03	6,17
5	пн, 29 .07	https://www	Пенінсула	13,60	47564	6470	827	12,78	14	0,22	8	0,12	27	0,42	876	1,84	13,54
середній показник за місяць				26,64	47521,20	12191,00	1010	8,75	10,80	0,12	19	0,10	53	0,33	1092	2,30	9,29
Серпень 2024																	
№	Дата	Лінк	Допис	RR	Підписники	Охоплення	Лайки	% Лайків	Коментарі	% Коментарі	Репости	% Репостів	Збереження	Збережени	Залученість	ER	ERR
1	чт, 08 .08	https://www	день альпініста	647,83	48000	310957	29000	9,33	383	0,12	756	0,24	694	0,22	30833	64,24	9,92
2	сб, 10 .08	https://www	танці	22,72	48496	11017	848	7,70	12	0,11	7	0,06	34	0,31	901	1,86	8,18
3	ср, 14 .08	https://www	ти я і непал	42,99	48496	20849	1100	5,28	19	0,09	45	0,22	69	0,33	1233	2,54	5,91
4	вт, 20 .08	https://www	трек	30,12	48800	14697	1400	9,53	189	1,29	47	0,32	78	0,53	1714	3,51	11,66
5	ср, 21 .08	https://www	лайф	15,51	48950	7594	519	6,83	8	0,11	1	0,01	8	0,11	536	1,09	7,06
6	пт, 23 .08	https://www	День Прапору	48,70	49100	23912	3650	15,26	47	0,20	141	0,59	66	0,28	3904	7,95	16,33
7	чт, 29 .08	https://www	питання про трек	13,02	50000	6508	458	7,04	8	0,12	4	0,06	24	0,37	494	0,99	7,59
8	сб, 31 .08	https://www	концерт адел	24,35	50100	12200	1400	11,48	22	0,18	8	0,07	25	0,20	1455	2,90	11,93
середній показник за місяць				105,65	48992,75	50966,75	4797	9,05	86,00	0,28	126	0,20	125	0,29	5134	10,64	9,82

А Кількісний аналіз Instagram Reels Тоні Самойлової
за червень-серпень 2024 року

Вересень 2024															Залученість		
№	Дата	Лінк	Допис	RR	Підписники	Охоплення	Лайки	% Лайків	Коментарі	% Коментарі	Репости	% Репостів	Збереження	Збереженн	ь	ER	ERR
1	нд, 08 .09	https://www	скід сонця	32,09	50500	16207	1300	8,02	38	0,23	13	0,08	43	0,27	1394	2,76	8,60
2	нд, 15 .09	https://www	рилз смішний	111,69	51200	57183	1300	2,27	24	0,04	21	0,04	20	0,03	1365	2,67	2,39
3	сб, 21 .09	https://www	Рилз Японія	52,27	51400	26869	1400	5,21	20	0,07	10	0,04	33	0,12	1463	2,85	5,44
4	чт, 26 .09	https://www	ДР рилз	29,88	51800	15480	748	4,83	14	0,09	5	0,03	19	0,12	786	1,52	5,08
5	нд, 29 .09	https://www	рилз з Тонею	51,85	51800	26856	1600	5,96	23	0,09	3	0,01	18	0,07	1644	3,17	6,12
середній показник за місяць				55,56	51340,00	28519,00	1270	5,26	23,80	0,11	10	0,04	27	0,12	1330	2,59	5,53
Жовтень 2024																	
№	Дата	Лінк	Допис	RR	Підписники	Охоплення	Лайки	% Лайків	Коментарі	% Коментарі	Репости	% Репостів	Збереження	Збереженн	ь	ER	ERR
1	пт, 04 .10	https://www	Готель	17,40	52000	9049	310	3,43	2	0,02	2	0,02	13	0,14	327	0,63	3,61
2	ср, 09 .10	https://www	рилз-мем	79,38	52000	41280	917	2,22	19	0,05	140	0,34	75	0,18	1151	2,21	2,79
3	чт, 10 .10	https://www	гори + звук	46,91	52100	24441	1285	5,26	13	0,05	49	0,20	104	0,43	1451	2,79	5,94
4	сб, 12 .10	https://www	танці фан	86,17	52130	44921	1600	3,56	29	0,06	16	0,04	34	0,08	1679	3,22	3,74
5	пн, 14 .10	https://www	ранок в горах	50,88	52130	26522	1300	4,90	17	0,06	32	0,12	55	0,21	1404	2,69	5,29
6	ср, 23 .10	https://www	мотиваційний з озвучкою	27,23	52466	14287	884	6,19	14	0,10	19	0,13	69	0,48	986	1,88	6,50
середній показник за місяць				51,33	52137,67	26750,00	1049	4,26	15,67	0,06	43	0,14	58	0,25	1166	2,24	4,71

В Кількісний аналіз Instagram Reels Тоні Самойлової
за вересень-жовтень 2024 року

Червень 2024											
№	Дата	Лінк	Допис	Тематика	План	Кольорова палітра	Стиль одягу	Локація	Емоційний тон	Монтаж	Аудіосупровід
1	ср, 05.06	https://www.riplz.com/riplz-gori-vs-more	риплз гори вс море	подорожі	середній	зелений	кежуал	море	радість	динамічний	радісна
2	пн, 10.06	https://www.riplz.com/riplz-photo-riplz	риплз фото-різграш	гори	загальний	синий	спорт	гори	радість	спокійний	без музики
3	чт, 13.06	https://www.riplz.com/riplz-gori-d-k-reklama-sva	д-к реклама ЄВА	реклама	крупний	синий	спорт	гори	цікавість	спокійний	без музики
4	пт, 14.06	https://www.riplz.com/riplz-gori-z-nadpisom	риплз гори з надписом	гори	крупний	синий	спорт	гори	радість	комбінований	мотиваційна
5	ср, 19.06	https://www.riplz.com/riplz-sva	риплз Сва	реклама	детальний	білий	відвертий	інше	спокливі...	динамічний	спокійна
6	пт, 21.06	https://www.riplz.com/riplz-dark-said	Дарк Сайд	подорожі	середній	коричневий	відвертий	інше	спокливі...	динамічний	епічна муз...
7	чт, 27.06	https://www.riplz.com/riplz-gori	гори	гори	середній	білий	спорт	гори	цікавість	комбінований	мотиваційна
8	пт, 28.06	https://www.riplz.com/riplz-litva-layf	Литва лайф	подорожі	середній	зелений	кежуал	місто	радість	динамічний	радісна
середній показник за місяць											
Липень 2024											
№	Дата	Лінк	Допис	Тематика	План	Кольорова палітра	Стиль одягу	Локація	Емоційний тон	Монтаж	Аудіосупровід
1	пн, 08.07	https://www.riplz.com/riplz-kayt-layf	Кайт Лайф	подорожі	загальний	зелений	спорт	інше	цікавість	комбінований	спокійна
2	пт, 12.07	https://www.riplz.com/riplz-lyukoptika	Люксоптика	реклама	крупний	блакитний	спорт	гори	радість	комбінований	радісна
3	пт, 19.07	https://www.riplz.com/riplz-korotkiy-riplz-gori	Короткий рилз гори	гори	середній	білий	спорт	гори	переживання	комбінований	мотиваційна
4	сб, 27.07	https://www.riplz.com/riplz-trekimg	Рилз Трекінг	гори	середній	коричневий	спорт	гори	радість	динамічний	радісна
5	пн, 29.07	https://www.riplz.com/riplz-peninsula	Пенінсула	гори	загальний	блакитний	спорт	гори	радість	комбінований	мотиваційна
середній показник за місяць											
Серпень 2024											
№	Дата	Лінк	Допис	Тематика	План	Кольорова палітра	Стиль одягу	Локація	Емоційний тон	Монтаж	Аудіосупровід
1	чт, 08.08	https://www.riplz.com/riplz-den-alypnista	день альпініста	гори	крупний	синий	спорт	гори	радість	комбінований	мотиваційна
2	сб, 10.08	https://www.riplz.com/riplz-tantsi	танці	гори	крупний	зелений	спорт	гори	радість	комбінований	радісна
3	ср, 14.08	https://www.riplz.com/riplz-ti-ya-i-nepal	ти я і непал	гори	середній	зелений	спорт	гори	радість	комбінований	радісна
4	вт, 20.08	https://www.riplz.com/riplz-trek	трек	реклама	крупний	коричневий	спорт	гори	цікавість	комбінований	фонова
5	ср, 21.08	https://www.riplz.com/riplz-layf	лайф	подорожі	середній	блакитний	кежуал	море	радість	комбінований	фонова
6	пт, 23.08	https://www.riplz.com/riplz-den-praporu	День Прапору	спогади з ж...	загальний	білий	спорт	гори	цікавість	спокійний	фонова
7	чт, 29.08	https://www.riplz.com/riplz-pitannya-pro-trek	питання про трек	спогади з ж...	крупний	коричневий	кежуал	інше	цікавість	спокійний	фонова
8	сб, 31.08	https://www.riplz.com/riplz-koncert-adely	концерт адель	спогади з ж...	середній	темний	кежуал	місто	радість	спокійний	радісна
середній показник за місяць											

С Аналіз відеоконтенту Тоні Самойлової за авторською структурно-логічною моделлю за червень-серпень 2024 року

Вересень 2024											
№	Дата	Лінк	Допис	Тематика	План	Кольорова палітра	Стиль одягу	Локація	Емоційний тон	Монтаж	Аудіосупровід
1	нд, 08.09	https://www.riplz.com/riplz-skhid-sonca	схід сонця	подорожі	загальний	блакитний	кежуал	інше	цікавість	спокійний	спокійна
2	нд, 15.09	https://www.riplz.com/riplz-smishniy	риплз смішний	спогади з ж...	середній	коричневий	кежуал	місто	цікавість	спокійний	без музики
3	сб, 21.09	https://www.riplz.com/riplz-riplz-yaponia	Рилз Японія	спогади з ж...	крупний	білий	кежуал	місто	цікавість	комбінований	радісна
4	чт, 26.09	https://www.riplz.com/riplz-dr-riplz	ДР рилз	подорожі	загальний	блакитний	відвертий	море	радість	комбінований	епічна муз...
5	нд, 29.09	https://www.riplz.com/riplz-riplz-z-tonyu	риплз з Тонєю	подорожі	крупний	блакитний	відвертий	море	спокливі...	спокійний	спокійна
середній показник за місяць											
Жовтень 2024											
№	Дата	Лінк	Допис	Тематика	План	Кольорова палітра	Стиль одягу	Локація	Емоційний тон	Монтаж	Аудіосупровід
1	пт, 04.10	https://www.riplz.com/riplz-gotel	Готель	подорожі	загальний	зелений	кежуал	море	цікавість	спокійний	спокійна
2	ср, 09.10	https://www.riplz.com/riplz-riplz-mem	риплз-мем	спогади з ж...	крупний	білий	кежуал	місто	гумор	комбінований	фонова
3	чт, 10.10	https://www.riplz.com/riplz-gori-z-zvuk	гори + звук	гори	загальний	коричневий	спорт	гори	цікавість	спокійний	мотиваційна
4	сб, 12.10	https://www.riplz.com/riplz-tantsi-fan	танці фан	спогади з ж...	середній	білий	спорт	місто	радість	комбінований	радісна
5	пн, 14.10	https://www.riplz.com/riplz-panok-v-gorah	ранок в горах	гори	загальний	блакитний	спорт	гори	радість	комбінований	мотиваційна
6	ср, 23.10	https://www.riplz.com/riplz-motivatsiyniy-z-ozvuchko	мотиваційний з озвучкою	подорожі	загальний	зелений	спорт	гори	радість	комбінований	мотиваційна
середній показник за місяць											

Д Аналіз відеоконтенту Тоні Самойлової за авторською структурно-логічною моделлю за вересень-жовтень 2024 року

COUNTA з Тематика	План						
Тематика	детальний	загальний	крупний	середній	Загальний результат		
гори		4	3	4	11		
подорожі		5	1	4	10		
реклама	1		3		4		
спогади з життя		1	3	3	7		
Загальний результат	1	10	10	11	32		
COUNTA з Тематика	Кольорова палітра						
Тематика	білий	блакитний	зелений	коричневий	синій	темний	Загальний результат
гори	2	2	2	2	3		11
подорожі		4	5	1			10
реклама	1	1		1	1		4
спогади з життя	4			2		1	7
Загальний результат	7	7	7	6	4	1	32
COUNTA з Тематика	Стиль одягу						
Тематика	відвертий	кежуал	спорт	Загальний результат			
гори			11	11			
подорожі	3	5	2	10			
реклама	1		3	4			
спогади з життя		5	2	7			
Загальний результат	4	10	18	32			
COUNTA з Тематика	Локація						
Тематика	гори	інше	місто	море	Загальний результат		
гори	11				11		
подорожі	1	3	1	5	10		
реклама	3	1			4		
спогади з життя	1	1	5		7		
Загальний результат	16	5	6	5	32		

Е Зведена таблиця з аналізу відеоконтенту Тоні Самойлової за авторською структурно-логічною моделлю за вересень-жовтень 2024 року

COUNTA з Тематика	Емоційний тон						
Тематика	гумор	переживання	радість	спокусливість	цікавість	Загальний результат	
гори		1	8		2	11	
подорожі			5	2	3	10	
реклама			1	1	2	4	
спогади з життя	1		2		4	7	
Загальний результат	1	1	16	3	11	32	
COUNTA з Тематика	Монтаж						
Тематика	динамічний	комбінований	спокійний	Загальний результат			
гори	1	8	2	11			
подорожі	3	4	3	10			
реклама	1	2	1	4			
спогади з життя		3	4	7			
Загальний результат	5	17	10	32			
COUNTA з Тематика	Аудіосупровід						
Тематика	без музики	епічна музика	мотиваційна	радісна	спокійна	фонова	Загальний результат
гори	1		7	3			11
подорожі		2	1	2	4	1	10
реклама	1			1	1	1	4
спогади з життя	1			3		3	7
Загальний результат	3	2	8	9	5	5	32

Ф Зведена таблиця з аналізу відеоконтенту Тоні Самойлової за авторською структурно-логічною моделлю за вересень-жовтень 2024 року

АНОТАЦІЯ

Жуляєва О. В. Відеоблогінг як засіб конструювання особистісної віртуальної ідентичності. – Кваліфікаційна наукова праця на здобуття ступеня магістра за спеціальністю 061 Журналістика, освітньо-професійною програмою “Аудіовізуальні медіа та цифрова журналістика”. – Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна Міністерства освіти і науки України, Харків, 2024 (*на правах рукопису*).

У кваліфікаційному магістерському проєкті концептуалізовано феномен відеоблогінгу в сучасній медіакulturі як інструменту конструювання особистісної віртуальної ідентичності. Концептуальними засадами дослідження є системна теорія комунікації Нікласа Лумана, теорії символічного інтеракціонізму Джорджа Герберта Міда, соціального конструкціонізму Пітера Бергера, а також концепції симулякрів Жана Бодрійя та самопрезентації Ірвінга Гофмана. Проведено контент-аналіз Instagram Reels Тоні Самойлової, що дозволив виявити основні візуальні та наративні елементи, які використовуються блогеркою для створення свого віртуального образу. Аналіз проведено за авторською структурно-логічною моделлю (тематика, план зйомки, кольорова палітра, стиль одягу, локація, емоційний тон, монтаж, аудіосупровід). На основі статистики Instagram (підписники, охоплення, лайки, коментарі, репости, збереження) розраховано RR, ER та ERR, що демонструють рівень взаємодії аудиторії з контентом.

Проєкт складається зі вступу, п'яти розділів (у тому числі 15-ти підрозділів), висновків, списку використаних джерел (76 найменувань, з них 52 – іноземними мовами, 26 – досліджувані джерела) і додатку. Проєкт містить 7 рисунків. Загальний обсяг проєкту – 72 сторінки (з них основна частина – 61 сторінка).

Ключові слова: відеоблогінг, віртуальна ідентичність, контент-аналіз, медіакultura, самопрезентація, соціальні мережі, цифровий контент.

ABSTRACT

Zhuliaieva O. Video Blogging as a Means of a Personal Virtual Identity Constructing. – Qualifying scientific work for a master's degree in specialty 061 Journalism, educational and professional program “Audiovisual Media and Digital Journalism.” – V. N. Karazin Kharkiv National University, Ministry of Education and Science of Ukraine, Kharkiv, 2024 (*on the rights of the manuscript*).

The qualifying work (innovative master's project) conceptualizes the phenomenon of videoblogging in contemporary media culture as a tool for constructing personal virtual identity. The conceptual framework of the research is based on Niklas Luhmann's systems theory of communication, George Herbert Mead's symbolic interactionism, Peter Berger's social constructionism, as well as Jean Baudrillard's theory of simulacra and Erving Goffman's concept of self-presentation. A content analysis of Tonya Samoilova's Instagram Reels was conducted, revealing the main visual and narrative elements used by the blogger to create her virtual persona. The analysis was carried out using an original structural-logical model, which includes categories such as themes, shooting plans, color palettes, clothing styles, locations, emotional tones, editing techniques, and audio accompaniment. Using Instagram analytics (followers, reach, likes, comments, reposts, and saves), RR, ER, and ERR metrics were calculated to demonstrate the level of audience engagement with the content.

The thesis consists of an introduction, five sections (including 15 subsections), conclusions, references (76 items, 52 of which are in foreign languages, 26 researched Internet sources), and an appendix. The work contains 7 illustrations. The total volume of the project amounts to 72 pages, with 61 pages locating the main part.

Keywords: video blogging, virtual identity, content analysis, media culture, self-presentation, social networks, digital content.