

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА  
ФІЛОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ

**БЛОГ ПСИХОЛОГА В МЕРЕЖІ ІНСТАГРАМ:  
на прикладі блогерського контенту Іллі Полудьонного**

Кваліфікаційна робота  
студентки 4 курсу, групи ЛЗЖ-4,  
першого (бакалаврського)  
рівня вищої освіти,  
спеціальності 061 «Журналістика»  
Дяченко Єлизавети Євгенівни

Керівник:  
Блажеєвська Юлія Миколаївна,  
кандидат наук із соціальних  
комунікацій

Харків – 2023

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	3
<b>РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ БЛОГІВ</b> .....	5
1.1. Блоги: загальна характеристика.....	5
1.2. Інстаграм як майданчик для блогерів.....	12
<b>РОЗДІЛ II. КОМУНІКАЦІЯ З АУДИТОРІЄЮ ЧЕРЕЗ БЛОГ НА ПРИКЛАДІ ІЛЛІ ПОЛУДЬОННОГО</b> .....	18
2.1. Ілля Полудьонний як блогер: загальна характеристика.....	18
2.2. Ілля Полудьонний як психолог.....	19
2.3. Ілля Полудьонний. Розслідування про Спартака Субботу.....	20
2.4. Дописи: тематика та стиль подачі інформації.....	25
2.5. Комунікація з аудиторією в сторіз.....	27
<b>Висновки</b> .....	30
<b>Список використаних джерел</b> .....	32

## ВСТУП

**Актуальність роботи.** Актуальність зумовлена популярністю інформаційних технологій, зростанням кількості блогів як у повсякденному житті, так і в професійному середовищі. Блоги виконують функції альтернативних медіа, збирають навколо себе мільйони активних читачів. Також зростає популярність професії психолога. Існує велика кількість блогерів-психологів на різних майданчиках: в Інстаграм, ТікТок. Також війна травмує людей, це ще одна причина, чому українці дивляться контент блогерів-психологів.

**Мета** дослідження полягає у дослідженні блога психолога та визначення його ролі в суспільному житті на прикладі блогу психолога Іллі Полудьонного в Інстаграм.

Згідно з метою необхідне розв'язання наступних **завдань**:

- охарактеризувати загальне поняття «блог»;
- дослідити Інстаграм як популярний майданчик серед блогерів;
- проаналізувати діяльність Іллі Полудьонного як блогера і як психолога за допомогою його сторінки в Інстаграм;
- вивчити стиль подачі інформації та комунікації з аудиторією Іллі Полудьонного;

**Об'єктом** дослідження слугує блог в Instagram українського психотерапевта Іллі Полудьонного.

**Предметом дослідження** виступає блогерський контент психолога Іллі Полудьонного.

**Методи дослідження.** Використовується метод аналізу, біографічний та метод класифікації. Комбінація цих методів надасть можливість збагатити дослідницьку роботу та зробити обґрунтовані висновки щодо досліджуваної проблеми.

**Хронологічні межі.** від початку ведення блогу (27липня 2017 рік) і до травня 2023.

**Структура роботи.** Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків та списку використаних джерел.

## РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ БЛОГІВ

### 1.1. Блоги: загальна характеристика

Ю. Хохлова зазначає: «Блог – це веб-сайт, основний зміст якого – журнал подій чи щоденник, що регулярно оновлюються»[18]. Слово «блог» прийшло в українську мову з англійської, а в останній з'явилося шляхом зрощення двох основ – «Web» («веб») та «Log» («журнал»). Саме тому дуже часто блог називають «мережевим журналом» або «щоденником подій» [18].

Згідно з визначенням українського дослідника П. Салиги, блог – це самостійне електронне видання, яке є динамічним та інтерактивним. Воно містить статті, що публікуються у хронологічному порядку з непевними проміжками часу. У цих статтях можуть бути гіперпосилання, зображення, відео, аудіо та інші елементи мультимедіа [18]. За визначенням Р. Крейга, блог є сторінкою в Інтернеті, на якій автор висловлює свої погляди щодо різних питань і запрошує читачів поділитися своїми думками з цих питань [18].

Улітку 1996 року Джастін Голл, автор одного з перших онлайн-щоденників, розмістив запис у своєму щоденнику, в якому запропонував навчити створювати веб-сторінки в обмін на місце для ночівлі. Він вирушив у подорож по США. У 1997 році термін "веблог" вперше використав блогер Йорн Бергер [11]. Сторінка Тіма Бернерса-Лі вважається першим блогом, на якій він почав публікувати новини з 1992 року. У липні 1999 року Ев Вільямс, засновник компанії "Pyra Labs", яка розробила набір скриптів для полегшення процесу написання блогів, випустив цей скрипт як продукт компанії під назвою Blogger. Це була перша безкоштовна платформа для блогів. Пізніше компанія Google придбала Blogger [11].

Існує досить багато класифікацій блогів, але ми поділимо розділ на основні пункти. Класифікація блогів:

За автором:

- особистий (ведеться однією особою);

- «примарний» (ведеться від імені чужої особи);
- колективний (ведеться групою за правилами, які визначає власник блогу);

- корпоративний (ведеться усіма співробітниками, які встановлюють регламент);

За наявністю мультимедіа:

- Текстовий;
- Фотоблог;
- Музичний блог;
- Подкаст і блогкастинг (основний зміст блогу надиктовується та викладається у вигляді аудіофайлів);

- Відеоблог;

За особливостями змісту:

- Контентний блог (публікація первісного авторського контенту);
- Мікроблог (основа - щоденні короткі дописи з власного життя користувачів);

- Моніторинговий блог (основа - посилання на інші сайти та блоги);

- Цитатний блог (зміст - цитати з інших блогів);

- Сплот (основа - спам, непотрібна інформація);

За технічною основою:

- Блог Stand-alone (блог на окремому русії);
- Блог на блог-платформі (блог, який ведеться на потужностях блог-служб);

- Моблог (блог ведеться з мобільного телефону) [15];

Блог може бути чим завгодно до тих пір, поки він є виразником авторської індивідуальності. Можна писати про все, що завгодно і висловлювати так, як людині це зручно.

Зараз розглянемо думки деяких авторів, які пропонують визначення поняттю «блог».

Д. Вайнер запропонував таке визначення: блоги – це веб-сайти, що легко створюються та оновлюються користувачами, які практично не мають технологічних навичок в знань [1].

О. Синекоп описує блог як веб-сайт, який дозволяє розміщувати професійно орієнтовану інформацію про власний теоретичний і практичний пошук з метою викладення своїх поглядів і досвіду, коментування, критикування і редагування [1].

На думку О.Ясько, блог – це мережевий щоденник одного або декількох авторів, що складається із записів у зворотному хронологічному порядку; сайт у вигляді журналу, сортовий по датах [1].

Також можна зазначити, що блоги – це досить короткі записи (пости) тимчасової значущості та актуальності. Вони зазвичай сортуються у хронологічному порядку, які містять у собі думки, коментарі або критику автора. Хоча блог і є типом веб-сайта, але має свої відмінності:

1. Блог більш персоніфікований (у ньому одна людина висловлює свої думки і коментує ті чи інші ситуації; на сайтах публікують статті, де розміщена інформація у безособовому вигляді);

2. Блог частіше оновлюється постами, тобто являє собою стрічку повідомлень, що динамічно змінюється;

3. Блог обов'язково містить можливість публікації коментарів та відгуків; надає можливість аудиторії висловлювати свої думки та спілкуватися;

4. До дизайну блоги висувають не такі жорстокі та чіткі вимоги, як до дизайну сайту [4];

Зараз ця сфера все більше і більше розширюється. Виникає дуже багато блогів на будь-які теми з абсолютно різним дизайном та різноманітною аудиторією. Звідси народжується нове поняття «блогосфера». Блогосфера – це сукупність блогів. Формування всесвітньої блогосфери не зупинити і воно стрімко розвивається [6].

Такі сайти можна створювати у різних соціальних мережах (Instagram, Telegram, Facebook, Twitter тощо). Існує безліч платформ для створення блогу. Однією з головних завдань блогера є підготовка та публікація контенту. Основною якісного та дійсно корисного інформативного блогу є контент. Але це має бути інформація, яка буде не тільки достовірною та реальною. Вона має бути цікавою, актуальною та потрібною аудиторії. Одним словом, контент має бути максимально потрібним, аби утримувати ту кількість підписників, які слідкують за блогом певної людини. Якщо блог постійно розвивати, знаходити та обробляти інформацію, додавати цікаві факти, мультимедіа, зображення, надавати актуальності своєму сайту – аудиторія буде значно збільшуватися. І тоді таку тактику треба розробляти активніше і підтримувати, аби численність людей зростала, а також постійно викликати інтерес до свого блогу [7].

Активний розвиток блогу можемо розглянути на прикладі Джоша Маршалла, коли настав початок політизації блогів, який припадає на листопад 2000 року. Тоді незалежний журналіст Джош Маршалл запустив блог TalkingPointsMemo, на якому обговорювалася "флоридська криза" – суперечливі результати з підрахунком голосів, відданих за кандидатів у президенти США в штаті Флорида. На той час число блогів сягнуло кількох тисяч [7].

І лише в 2001 році блоги почали перетворюватися на джерело інформації для "великих" засобів масової інформації. Нью-Йоркські автори інтернет-щоденників вели репортаж з місця події про теракт 11 вересня 2001 року: вони публікували фотографії, описували події, свідками яких стали, розповіді очевидців, чутки і т. д.. Деякі дослідники нині вважають 11 вересня датою виникнення політичних блогів: після цієї події до повідомлень авторів інтернет-щоденників стали ставитися серйозно [10].

Популярність блогів пояснюється двома основними факторами. Спочатку, однією з основних причин популярності блогів є легкість публікації інформації в Інтернеті. Створення нового посту сводиться до написання тексту і його публікації з натисканням відповідної кнопки. Після публікації, пост

зберігається на сервері, а сам сервер автоматично створює веб-сторінки з цими постами, додає посилання і застосовує стиль форматування [32].

Ці серверні програми, які здійснюють цей процес, називаються системами управління контентом або CMS. Другою причиною є миттєва доступність опублікованої інформації в Інтернеті. Існують безкоштовні платформи для блогів, такі як WordPress або LiveJournal, де кожен може зареєструватися і мати свій власний блог [32].

Блоги також регулярно індексуються пошуковими системами, такими як Google і Yahoo!. Завдяки своїй мобільності та доступності, блоги відіграють важливу роль у створенні інформаційного суспільства, свободі слова, боротьбі за права людини та просто у комунікації та обговоренні ідей. Вони дозволяють звичайним людям висловлювати свої думки та брати участь у глобальних дискусіях. Багато дослідників з різних галузей знань вивчають блоги [7].

Їх структура, принципи роботи та різноманітні аспекти їх використання цікавлять програмістів, лінгвістів, психологів, освітян, маркетологів і багатьох інших. Блоги є новим засобом масової комунікації, який набуває все більшої популярності і розвивається швидкими темпами. Найвідомішими платформами для створення блогів є Tumblr, WordPress і Blogger [7].

Основні характеристики блогів:

1. Тексти публікацій (тексти записів у блогах не редагуються і не модеруються, якщо не містять порушення правил);
2. Коментарі (вони у блогах модеруються на власний розсуд авторами блогів. Адміністрація сайтів може видаляти коментарі на прохання блогера (лише у його власному блозі, якщо він не має фізичної можливості зробити це самостійно) або у разі, якщо вони містять порушення правил);
3. Авторський контент (автор блогу сам відповідає за інформацію, яку подає, адміністрація, зазвичай повідомляє, що залишає за собою право не погоджуватись з думкою автора) [33].

Більшість блогерів заробляють на своїх блогах. Це відбувається за рахунок демонстрації великої кількості реклами, продаючи продукти або послуги та пропонуючи аудиторії платний контент.

Зараз блоги стали досить популярним інструментом для ведення онлайн-журналу, ведення експертного блогу з професійної тематики, розвитку особистого бренду, а також збору відгуків та оцінок продуктів та послуг в Інтернеті.

Блог-сервіс або блог-платформа є відкритим сервісом, який надає зручний інструмент для ведення блогу, не потребує самостійного обслуговування програмного забезпечення на сервері. Використання блог-сервісу є вигідним для початківців, оскільки він пропонує простий спосіб швидко створити свій власний блог. Незважаючи на очевидні переваги, такі сервіси також мають свої недоліки [27].

Також блоги мають значний вплив на свою аудиторію. Це відбувається за допомогою різних механізмів.

По-перше, блогери можуть надавати цінну інформацію з різних джерел на різні теми. Блогер може стати компетентним авторитетом у певній області, надаючи корисні дані своїм читачам. І при цьому ділитися своїм досвідом та консультувати людей.

По-друге, блоги можуть слугувати джерелом інспірації та мотивації [35]. Особливо для людей (читачі та глядачі), які шукають нові ідеї, інформацію, хочуть підвищити свій рівень мотивації. Вони можуть знайти блог на ту тему, яка їм потрібна і знайти корисну для себе інформацію.

По-третє, блогер також може вплинути на свою аудиторію, використовуючи свій вплив для просування певних ідей, продуктів чи послуг. Особливо для рекламодавців це може забезпечити цільову аудиторію та значно допомогти продавати свої товари чи послуг [35].

У ХХІ сторіччі ми не можемо уявити і жодного дня без телефону, ноутбуку, планшету та інших гаджетів. До виникнення техніки (в тому числі радіо, Інтернет, ТБ) засобами комунікації слугували мова, листування,

друковані ЗМІ. І основним з цих засобів була і залишається мова. Це основа комунікації за весь час. Вона залишається непохитною, але на зміну друкованим ЗМІ приходять інші засоби. Отже, повертаємося до того, без чого наразі сучасна людина не може обійтися. Телефон і Інтернет – основні засоби комунікації. Якщо брати більш вузькі теми, то засобами будуть виступати соціальні мережі, месенджери, блоги, канали на Інтернет-платформах (TikTok, YouTube, Telegram). Соціальних мереж існує безліч. Незліченна кількість людей являється користувачами цих Інтернет-платформ. За статистикою, основними соц. мережами і найбільш використовуваними є Facebook (2,910 млрд. чол), YouTube (2,562 млрд. чол), WhatsApp (2,000 млрд. чол), Instagram (1,478 млрд. чол) [30].

Зараз саме вони слугують основою для спілкування і розміщення контенту. Використовуючи їх, ми легко можемо контактувати із своєю аудиторією, або з певною метою доносити інформацію до людей. Це знову ми повертаємося до наших блогів. Контакт з аудиторією, внесок певної інформації у маси, пропаганда, реклама, демонстрація – все це частини ведення блогу. Слід зазначити, що у порівнянні блогів та соціальних мереж є різниця. Блоги зазвичай мають більш глибоку та концептуальну інформацію, а соціальні мережі – це більше про спілкування та короткі повідомлення. Однак ці дві форми медіа легко можуть взаємодіяти між собою. Наприклад, блогери можуть ділитися посиланнями на свої записи в соціальних мережах, а користувачі соціальних мереж можуть коментувати записи блогерів ділитися їхніми посиланнями зі своїми друзями та підписниками.

Цікавим фактом є те, що деякі науковці вирішують вести свої блоги під псевдонімами, а не використовувати свої справжні прізвища. Наприклад, вони можуть обирати ніки, які відображають їхню наукову спеціалізацію, такі як "STEM Chick", "Neuroskeptic", "Mathlete", "Positron" і т.д. Це робиться з певною метою – уникнути прямого зв'язку між їхнім блогом і їхньою особистістю, зберегти певну анонімність і недоторканість. Одна з можливих причин такого вибору полягає у недовірі до професійних середовищ, де

працюють ці науковці. Вони можуть сумніватися у прийнятті їхніх думок та досліджень через певні упередження або неправильне сприйняття. Тому, використовуючи псевдоніми, вони намагаються зосередитися на самому змісті своїх блогів, без зайвих попереджень або стереотипів, пов'язаних з їхніми прізвищами. Крім того, блоги науковців часто стають місцем, де вони можуть відверто обговорювати різні теми, які не входять у рамки формальних наукових дискусій. Наприклад, вони можуть висловлювати свої страхи щодо можливих помилок, низького рівня продуктивності, труднощів у поєднанні особистого та професійного життя, політичних переконань та інших аспектів свого життя. Це дозволяє їм мати рефлексивну платформу, де вони можуть поділитися своїми думками та досвідом з іншими науковцями та громадськістю, без обмежень, які існують у формальних академічних середовищах. В цілому, ведення блогів науковцями виконує різні функції: від висвітлення наукових досліджень та розповіді про нові відкриття до відвертої дискусії про особисті аспекти їхнього професійного життя. Це створює можливість для самовираження, обміну думками та підтримку між колегами, а також допомагає збагачувати науковий діалог в онлайн-середовищі [32].

Як і блоги, Інтернет-журналістика охоплює різні формати контенту, включаючи текст, відео, фотографії та аудіо.

Далі більш детально ми розберемо всім відому соціальну мережу як Instagram як майданчик для блогерів.

## **1.2. Інстаграм як майданчик для блогерів**

Інстаграм займає четверте місце серед соціальних мереж [31] – він все одно залишається ідеальним майданчиком для створення блогу.

Як ми знаємо, перша відмінність від інших мереж – це зосередження на візуальному контенті. Особливість полягає у підвищеній використовності візуалізації. Публікують в Інстаграмі фото та відео. Додатково можна писати до них тексти або коментарі, але основним контентом залишається картинка.

Цей момент може бути корисним для блогерів. Адже ця соціальна мережа спеціалізується на фотографії, дизайні, моді, красі, подорожах, рекламі та на інших візуально-орієнтованих темах. Даний Інтернет-майданчик дозволяє користувачам ділитися зображеннями та відео, створювати історії (це тимчасові (24 години) світлини або відео, які можуть створювати абсолютно всі користувачі платформи), використовувати хештеги та взаємодіяти зі своєю аудиторією за допомогою коментарів, повідомлень, дзвінків або відеозв'язку.

Окрім цього, Інстаграм надає можливість для співпраці (з рекламодавцями та партнерами), що може надалі допомагати блогеру заробляти на цьому. І основний заробіток здійснюється завдяки рекламі.

Якщо ви досить довго користуєтесь Інстаграм і вже маєте свої улюблені блогери, то, напевно, виникало бажання співпрацювати з ними. Здавалося б, це може бути потенційно вигідно. Але варто зазначити, що не все так просто, як здається. Співпраця з авторитетними блогерами має свої виклики та ризики. По-перше, важливо зрозуміти, що вони є своїми брендами і мають свою аудиторію зі своїми унікальними очікуваннями та вподобаннями. Якщо ваші цінності, продукт або послуга не відповідають їхнім стандартам або не впишуться в їхню нішу, співпраця може не бути успішною. По-друге, треба бути уважним щодо автентичності блогера. Багато блогерів мають спонсоровані публікації та рекламні контенти, іноді навіть без позначення. Це може викликати питання щодо їхньої чесності та незалежності. Важливо перевіряти, наскільки відповідає співпраця вашим цілям та чи вплине на довіру вашої аудиторії. Крім того, варто згадати про ціну співпраці з популярними блогерами. Вони можуть встановлювати високі вимоги до оплати за співпрацю або мати інші вимоги, такі як обмін на продукти чи послуги. Тому, перш ніж залучати блогера до співпраці, важливо обговорити всі деталі та зрозуміти, чи ви можете дозволити собі таку співпрацю з фінансової точки зору. Все це не означає, що співпраця з авторитетними блогерами завжди є поганим варіантом. Просто треба бути обережним, ретельно аналізувати переваги та недоліки, а також збалансувати їх зі своїми

цілями та можливостями. Найкраще робити свій власний дослідницьку роботу, спілкуватися з блогерами та аналізувати їх контент перед тим, як приймати рішення про співпрацю.

Успішні блогери готові співпрацювати далеко не з усіма підряд. Вони дорожать своєю аудиторією підписників, тому готові рекламувати тільки ті товари і послуги, які їм здаються якісними, цікавими та корисними.

Тому від блогера вимагається підготувати свою сторінку до розміщення реклами, а для цього потрібно виконати кілька простих кроків:

1. Заповніть профіль. Постарайтеся максимально розповісти про свій бренд або компанію, яку представляєте. Додайте в опис свою унікальну торгову пропозицію й опишіть, чому варто обирати саме вас.

2. Заповніть контакти в профілі, вкажіть сайт компанії. Завдяки цьому ви зможете направити клієнтів в різні месенджери або інші соцмережі для швидкого зв'язку і зручних продажів.

3. Виберіть гарний аватар. Важливо, щоб аватар легко запам'ятовувався і зчитувався, враховуючи свої невеликі розміри.

4. Використовуйте функцію Stories Highlights, щоб з її допомогою надати відвідувачам якомога більше інформації про вас.

5. Додайте якісний контент у свій профіль. На сторінці повинен бути представлений не тільки продажний контент, але і інформаційний, мотиваційний [13].

При першому перегляді профілю повинно бути зрозуміло, хто ви, який бренд або компанію представляєте, чим ви можете бути корисні, і чому варто вибирати саме вас. В іншому випадку буде складно знайти блогера, який погодиться рекламувати акаунт, та й переходи відвідувачів нічого не принесуть.

Важливо розуміти, що реклама у блогера – спосіб привернути трафік лояльно налаштованої аудиторії. Але чи стануть візитери вашими підписниками і клієнтами залежить в першу чергу від того, наскільки якісно заповнений ваш профіль [13].

Наразі багато рекламодавців шукають популярних та розкручених блогерів у цій мережі для реклами своїх продуктів чи послуг. Чим більше підписників у блогера та чим більше розкручена його сторінка – тим більша вірогідність співпраці. Але шукати їх не так просто.

Для спрощення пошуку створені спеціальні бази даних і біржі, де можна знайти список блогерів Інстаграм. Прикладами таких майданчиків є GetBlogger, EPICSTARS, LabelUp. Є ще безліч сервісів з аналогічною механікою [14].

Зазвичай такі сервіси пропонують відразу ознайомитися з основними відомостями про сторінку і замовити рекламу. Ви можете скористатися функціоналом платформи і оформити заявку на рекламу через неї або ж записати нік блогера і домовитися з ним особисто.

Бази блогерів суттєво полегшують пошук, але є і свої мінуси. Серед них варто відзначити завищені ціни, велике число акаунтів з накрученими підписниками, неможливість домовитися про співпрацю по бартеру [36].

Звідси можемо зробити висновок, що Інстаграм може бути не тільки зручним майданчиком для блогерів, але і гарним засобом заробітку.

Трохи детальніше поговоримо про візуальний ефект у блогингу. Звичайно, якщо порівнювати аудіо та візуальність, то друге значно більше справляє враження. Особливо це має вплив на велику аудиторію (очевидно, що контент має бути якісним та яскравим).

Візуальний ефект надає «відчуття присутності», особливо яскраво це робить відео. Коли ми бачимо картинку – не завжди вдається включити фантазію і уявити щось додаткове. Звичайно фото мають свої переваги: передача емоцій у моменті, демонстрація локацій, показ того чи іншого товару.

Отже, незважаючи на те, що блогерство наразі є досить «модним» заняттям, ця праця є досить важкою і займає багато часу. Частина аудиторії вважає блогерство мейнстрімом, за допомогою якого можна просто розкрутити свою персону. Для ведення блогу також потрібно добре знати

тонкощі спілкування з людьми (з різною аудиторією, за різними показниками: віковими, статевими, емоційними). Це свого роду психологія, яку потрібно поступово вивчати і одночасно практикувати на веденні свого блогу.

Наразі ведуть блоги багато психологів, моделей, журналістів та акторів. Деякі з них досить рідко виставляють пости та виходять на зв'язок зі своєю аудиторією. Вони можуть «нагадувати» про себе одним фото з коротким підписом, але цього буде достатньо для їхніх читачів. Можна кожен день виставляти сторі, публікувати фото, писати тексти, але це не гарант того, що блогер зможе утримати велику кількість підписників. Робимо висновок, що головне – це якість, а не частота публікації будь-якого контенту. Основними критеріями являються: якість матеріалу, подача контенту, його актуальність та корисність для аудиторії блогера. Аби створити якісний і цікавий контент – треба створити контент-план.

Контент-план вирішує кілька проблем, пов'язаних з розвитком облікового запису в соціальній мережі Інстаграм. Давайте розглянемо ці проблеми та переваги контент-планування. По-перше, він дозволяє уникнути ситуації, коли вам необхідно терміново придумувати тему для постів, якщо ідеї закінчилися. Завдяки контент-плану ви заздалегідь визначаєте теми, які ви хочете покрити, і створюєте запас ідей для майбутніх публікацій. Це знімає тиск та дозволяє вам бути більш організованими та плановими у створенні контенту. По-друге, контент-план допомагає уникнути незбалансованості в контенті, зокрема переважання продавальних постів. Коли створюєте контент на ходу, існує ризик захопитися однотипним видом постів. Наприклад, якщо ви маєте багато фотографій з виробництва, легко зосередитися на них, аби не витратити час на створення нового контенту. Проте, від такого підходу підписники можуть швидко втомитися. Контент-план допомагає розподілити різноманітні теми та види контенту, щоб забезпечити цікавість та різноманітність для вашої аудиторії. По-третє, контент-план допомагає узгодити ваш контент зі стратегією просування облікового запису. Ви можете

заздалегідь визначити, які повідомлення або теми є найбільш ефективними для досягнення ваших завдань [37].

З контент-планом для Інстаграм ви заздалегідь розпишете всі теми для всіх різновидів контенту — розважального, продавального, інформаційного тощо. Так ви одразу побачите, куди у вас перекиє, а чого варто додати.

Автор книги «Контент-маркетинг» Майкл Стелзнер рекомендує брати за основу таке співвідношення контенту:

40 % — залучальний, розважальний;

30 % — брендовий, про компанію;

25 % — навчальний, інформаційний;

5 % — рекламний, продавальний.[37]

Окрім контент-плану для публікацій існує також контент-план для сторіз.

Дві вагомі причини включити stories у контент-план для Instagram — згідно з дослідженням від Meta [37]:

69% користувачів вважають історії чудовим інструментом для інформування підписників про нові товари та послуги;

62% користувачів заявляють, що вони зацікавилися брендом після перегляду її історій;

Інстаграм ранжує стрічку не за часом, а за інтересом. Вгору потрапляють пости від облікових записів, якими користувач цікавиться найчастіше. Якщо конкуренція висока — пости від невеликих облікових записів можуть показуватися низько, і їх мало хто побачить.

Зі stories не буде проблеми ранжування. Усі історії потрапляють до однієї стрічки над постами. Користувач натискає на першу й автоматично переглядає весь список. Історії залишаються вгорі 24 години від моменту створення, а непереглянуті ще й обведені яскравою рамкою [38].

## РОЗДІЛ II. КОМУНІКАЦІЯ З АУДИТОРІЄЮ ЧЕРЕЗ БЛОГ НА ПРИКЛАДІ ІЛЛІ ПОЛУДЬОННОГО

### 2.1 Ілля Полудьонний як блогер: загальна характеристика

На прикладі Інстаграм-блогера Іллі Полудьонного розглянемо метод подачі інформації, обробки матеріалу, взаємозв'язку з аудиторією. Це саме той випадок, коли блогер публікує один пост у два тижні, але його інформація та контент є максимально якісними, корисними та актуальними. Те, що має бути в пріоритеті.

Інстаграм Ілля почав вести майже 6 років тому – 27го липня 2017 року. Спочатку його публікації збирали небагато лайків і коментарів (мінімум 200+ лайків і починаючи від 30 коментарів). Але зараз його пости набирають від 4 тисяч лайків до 84 тисяч. А саме публікація про розслідування Спартака Суботи набрала 84 тисячі і майже 7 тисяч коментарів.

На сторінці у нього загалом 47 публікацій і при цьому – 49.9 тисяч підписників [13]. Кількість підписників відносно кількості постів – це безглузде порівняння, але це дає котрий раз зрозуміти (у нашому випадку), що блогер надає своїй аудиторії якісний контент.

Ілля Полудьонний з 5 років і до сьогоднішнього часу живе в Києві. Він — професійний психотерапевт, який практикує гештальт-підхід. Співавтор і співведучий перших двох сезонів подкасту «Простими словами». Працював із людьми з особливостями розвитку, займався дельфінотерапією. Згодом став співзасновником психологічної платформи TreatField, де можна підібрати спеціаліста за своїм запитом онлайн. Разом із Марком Лівіним створили і записали два сезони психологічного подкасту «Простими словами», які лягли в основу двох однойменних книжок [12].

У Іллі Полудьонного також існує YouTube-канал. Тому він викладає інформацію у двох форматах: відео і текст. У нього небагато контенту, але він достатньо якісний і «наповнений». Тобто дійсно вміщує у собі корисну для

аудиторії інформацію. Його недавній матеріал про Спартака є на ютуб-каналі (а саме – фільм, який складається з п'яти частин) і також у інстаграмі у вигляді тексту. На цьому прикладі можна порівняти виклад матеріалу Іллі.

При написанні текстів наш автор додає чимало заголовків. Він ділить основну тему на підтеми, які мають свої окремі заголовки. Пишучи про це як читач його матеріалу, можу сказати, що це дуже зручно для сприйняття інформації. Людина не плутається і чітко розуміє що за чим слідує. Про що йдеться у тому чи іншому тексті певної підтеми. Адже якщо текст великий і написаний «одним шматком» – читачу буде важко зрозуміти і сприйняти його.

## **2.2 Ілля Полудьонний як психолог**

Пости Іллі Полудьонного стосуються в основному теми війни і психології. Якщо брати тільки ті публікації, які були розміщені до початку війни – це психологія і пости стосовно його книги «Простими словами» (2020-2022рр).

Книга «Простими словами. Як розібратися у своїх емоціях» написана у співавторстві з Марком Лівіним [24]. Вона має пролог, епілог і 20 глав. За обсягом книга невелика, має 261 сторінку.

Відгуки на книгу в основному позитивні, багато читачів рекомендують прочитати «Простими словами». «Легко читається, є прекрасним доповненням однойменного подкасту. Цю книгу я раджу прочитати, якщо вам цікава психологія та ви хочете краще розбиратись у власних емоціях» [9].

Його роздуми читати цікаво і корисно. Навіть перші думки, які він доносив до аудиторії, хочеться читати зараз. Можна використовувати в житті його поради, що наш психотерапевт писав на той час.

Ось ще один з його постів, який дійсно може бути корисним у житті людини [39]. У ньому йдеться про процеси, які відбуваються у психіці людини, коли вона опиняється у зоні стресу. І подальше його впливання на людину.

Під свої тексти він обирає різні ілюстрації, але на одну тематику і досить «спокійні», нейтральні, у пастельних тонах. Нерідко він показує свої фото і додає до них вже опис. У перших постах він використовував багато картинок природи та архітектури. Також слід зауважити, що психолог з початку повномасштабного вторгнення і наразі публікує свої пости та сторіз тільки українською мовою. Остання довоєнна публікація була розміщена 11 лютого 2022 року і написана російською мовою, як і всі попередні.

Його блог – не ціль для отримання прибутку. Сучасні блогери заробляють у цій сфері, коли приділяють цьому увесь свій час. Вони своє життя демонструють аудиторії на камеру. Такі персони мають велику кількість підписників і часто рекламують товари чи послуги інших блогерів. Адже наразі основний заробіток дає реклама (не тільки у блогах в соціальних мережах, але і на телебаченні, різноманітних сайтах). Ілля Полудьонний веде свою сторінку з метою допомагати і підтримувати людей (згадаємо його пости, які стосуються війни), висвітлювати правду, здійснюючи при цьому власні розслідування (історія про Спартака). Як психолог він, звичайно, отримує цікавий досвід іншого формату комунікації з людьми і це йому гарно вдається. Як блогер він добре взаємодіє зі своєю аудиторією, робить якісний контент, надає корисну інформацію.

### **2.3. Ілля Полудьонний. Розслідування про Спартака Субботу**

Нещодавно у Іллі Полудьонного була публікація розслідування про Спартака Субботу, де він розповідає про те, як досліджував інфо аферу. Його розслідування тривало сім місяців. Виявилось, що «Спартак» – самозванець, шахрай і брехун.

Онлайн-медіа "Свідомі" провело велике розслідування, в якому стверджується, що Спартак Суббота є шахраєм і самозванцем. Автор розслідування, психолог і гештальт-терапевт Ілля Полудьонний звинувачує колегу у брехні, сексі з клієнтками та співпраці з забороненою нині партією

ОПЗЖ. Крім того, з'ясувалося, що справжнє ім'я Спартака Субботи - Олександр [25].

Саме під час повномасштабної війни ця людина вирішила створити з себе фейкового психолога, брехати про свої наукові регалії та в цілому образ іншої людини.

На своєму ютуб-каналі **polydonnyi** [7] Ілля опублікував 11 квітня 2023 року 5 епізодів свого фільму про Спартака Субботу під назвою «Сатердей. Людина, яка грає спектакль». Кожен його епізод має свою назву.

Епізод 1 - «Політика» [2];

Епізод 2 - «Наука» [3];

Епізод 3 - «Експертиза» [4];

Епізод 4 - «Освіта» [5];

Епізод 5 - «Етика» [6];

Хронометраж епізодів дещо відрізняється. Найкоротший – перший. Він триває всього 26 хвилин. Другий є найдовшим - 1 година 23 хвилини. Третій і четвертий майже однакові у хронометражі - 55 і 59 хвилин. П'ятий - 1 година 18 хвилин.

Розслідування викликало максимально бурхливу реакцію та відгуки. Сам Спартак Суббота намагається зберігати спокій і стверджує, що це чергова реакція хейтерів, і він не дасть образити свою аудиторію. Також він впевнений, що основною причиною цього звинувачення є заздрість його досягненням і регаліям. Він показав свої документи про освіту і свідоцтво про народження, адже саме на це робив акцент Ілля Полудьонний.

Також автор розслідування стверджує, що Суббота використовував різні "сумнівні схеми", щоб здобути наукові ступені. У розслідуванні зазначається, що Спартак Суббота у своїх відео на YouTube і в соцмережах розповсюджує антинаукову інформацію, яка суперечить його ж науковим роботам. Це викликає підозри, чи справді Суббота є автором опублікованих ним робіт.

Слід зазначити, що Спартак Субота мав свій проект на ютуб-каналі «Подкаст терапія», який вів його разом з українським актором Євгеном Яновичем.

За словами Полудьонного, Спартак Суббота хибно розуміє деякі терміни та створює у глядачів хибні уявлення. Інформація, яку він доносить до глядача, буває неправильною та неетичною [25].

Коментар Спартака Суботи відносно розкриття його брехні:

"Дякую, вже бачив ці новини, звісно читав, помічниця вичитала, не було часу все дивитися. Що я можу сказати: це не перший хейт, з яким стикаюся, він буде і далі. Я це просто переживу. Але що я хочу сказати - не дозволю ображати свою аудиторію", – каже він [16].

Психотерапевт Ілля Полудьонний стверджує, що блогер та психолог Спартак (Олександр) Суббота – шахрай. Полудьонний збирав докази обману та шахрайства Субботи протягом 7 місяців – результати розслідування він опублікував в онлайн-медіа "Свідомі". Автор стверджує, що Спартак 5 років видавав себе за кандидата наук ще до захисту дисертації у 2021-му, брехав про регалії психіатра і лікаря-психолога, а також про публікацію в авторитетній базі Scopus (єдина бібліографічна та реферативна база даних наукової літератури, що рецензується, створена в 2004 році академічним видавництвом Elsevier [34]). Полудьонний припускає, що у Субботи може не бути освіти в медичному виші, а тоді його психотерапевтична практика вважається злочином [34].

«Я міг сказати, що він поганий і не подобається мені, або аргументувати це. Спершу я шукав ці аргументи для себе. І зрозумів, що це не просто людина з недостатньою кваліфікацією, а людина, яка бреше про свою експертність. Так почалося це розслідування» — Ілля Полудьонний[14].

Завдяки розслідуванню про Спартака Субботу дізналися навіть ті, хто раніше про нього не чув. Реакція на розслідування вилилася в гумор – українці почали складати анекдоти. Також люди почали каламбурити з іменем та прізвищем героя розслідування.



Користувач Ігор Диня звернув увагу на деталь із розслідування про те, що справжнє ім'я Субботи – Олександр. Ім'я "Спартак" чоловік має з 2014 року [28].

Співведучий Спартака Субботи, заявив, що вони закривають їхній проєкт "Подкаст терапія". Про це актор 12 квітня повідомив в Інстаграм[23].

Янович написав, що прочитав текстову версію розслідування про Субботу. За його словами, він знав лише про причетність його співведучого до громадської організації "Українська академія наук" і роботи в Інституті когнітивного моделювання. Решта інформації була для нього новою [26]. Ось що про розслідування каже Янович: «Мені складно зробити висновки про все розслідування в дану секунду. Але є рішення, які я прийняв і вони остаточні [27]. Зокрема, він заявив, що скасовує тур Україною, а сам подкаст більше не виходитиме.

Янович додав, що вважає "Подкаст терапію" корисним проєктом. Усього вийшло 86 випусків. За словами актора, йому надходило багато добрих відгуків від слухачів. "Я хотів би попросити вибачення. За що конкретно? Я не розумію. Бо я досі не можу це все скласти в голові. Але я просто відчуваю, що винен. Та й усе. Чи маю я якісь відповіді? Я знаю, що буде суд. І він має розставити все на свої місця. Ось і все", – написав Янович [27].

Після публікації його розслідування – кількість підписників у Іллі Полудьонного в Істаграмі значно зросла, аудиторія розширилася.

У 2023 році вийде нова книжка Іллі Полудьонного у співавторстві з Марком Лівінім «Як це, війна?» [13]. Зараз він, як і всі українці, знаходиться в епіцентрі подій війни, і частина його постів стосується саме цієї теми. Проблеми, які виникали і зараз існують під час війни об'єднують людей. Розглянемо як приклад публікацію досліджуваного нами блогера-психолога.

«5 емоцій, які ми можемо переживати під час відключення світла»

- Самотність («Ми помічаємо лише найяскравіше освітлені вікна. Вони світяться і кажуть: «Люди тут. Ми тут»);
- Сум («Сум та смуток є невідворотним фоном війни»);
- Тривога («Нас несе у вир фантазій, кожна з яких може страшнішою за попередню»);
- Нудьга («Фокусом уваги стає плинність часу»);
- Провина («Не нормою є обстріли нарцисичних психопатів»);

У дужках зазначені основні тези кожної з тем [20].

Автор пише це з власного досвіду і у своїх постах також ділиться з аудиторією своєю діяльністю під час війни. Переживаючи однаковий біль і складнощі, люди об'єднуються. Труднощі зближують та показують справжнє обличчя кожного. Ілля Полудьонний, пишучи такі тексти, починає підвищувати рівень довіри своїх читачів. Він розуміє і знає, що відчувала кожна людина, яка пережила такі самі жахи і складнощі. Описуючи свої думки, почуття, страхи, які наш блогер переживав у той момент – він також розділяє це зі своїми підписниками. Завдяки однаковим та спільним складнощам люди починають все більше і більше не тільки довіряти, але і розуміти один одного. Але Ілля не тільки описує це. Як психолог він дає поради як діяти у таких ситуаціях. З власного досвіду, з різних життєвих ситуацій, з думок різних людей – використовує багато джерел. Адже кожній людині потрібен індивідуальний підхід.

Розглянемо ще один пост психолога. Називається він «5 процесів, що відбуватимуться з нашою психікою наступні півроку» [21]. У цьому дописі також тема війни. Як психолог він робить аналіз та надає приблизний

результат стану людської психіки (а саме людей, які переживають нинішню війну). Він зі сторони спостерігає і сам одночасно з цим переживає цей тяжкий період. І це надає йому можливість аналізувати загальний стан людей і починати робити висновки.

Як психолог він виконує своє завдання, але окрім цього Ілля Полудьонний робить це не як роботу, а як улюблену справу. Аналізуючи пости Іллі, можна сказати, що він є яскравим прикладом розуміючої людини. Він аналізує та робить висновки, міркує та дає поради. Також дуже важливо для блогера створювати для своєї аудиторії відчуття присутності. Тобто щоб його підписники відчували і знали, що блогер завжди у контакті з ними. Вони (блогер і його аудиторія) мають бути у конекті, аби надалі був взаємний обмін енергією та підтримкою. Аби намагатися зрозуміти іншу людину і добре її підтримати – треба побути в тій чи ситуації, пережити ідентичні емоції, мати схожий досвід. Це не означає, що без спільного болю люди не можуть один одного підтримувати. Головне – як це робити.

#### **2.4 Дописи: тематика та стиль подачі інформації**

Тематика блогу Іллі Полудьоннього – це поєднання декількох тем, пов'язаних між собою. У нього на сторінці можна знайти поради, добірки цікавих сайтів, самовдосконалення, допомогу і підтримку. Його блог присвячений більше психології і самій діяльності Іллі.

Загалом профіль нашого психолога яскравий, різноманітний і цікавий. Його пости об'єднані однією спільною темою, але водночас вони на різну тематику. Публікації стосуються будь-чого у сфері психології: книга Іллі «Простими словами», «психологія інформаційної війни з РФ», «що відбувається з нашою психікою під час війни», самопрезентація (де він трохи про себе розповів).

Ілля пише про використання слова «можна». Пост був опублікований 12 листопада 2018 року – тому написаний російською мовою [22]. Це своєрідна

порада для його аудиторії. Зауваження Іллі щодо використання конструкції зі словом "можна" з питальним знаком є цікавими. Автор припускає, що така конструкція походить від дитячого запитання "Мам, можна?" і пов'язана з навчанням правилам і обмеженням у дитинстві. Ця конструкція з "можна" використовується в різних ситуаціях, де люди звертаються до інших з запитанням про дозвіл або можливість щось зробити. Це може бути в ресторані, кінотеатрі, на вулиці та в інших місцях. Автор припускає, що ця конструкція є наслідком нашого вродженого бажання вивчати світ і обмежень, які нас оточують. В дитинстві батьки накладають обмеження, щоб забезпечити безпеку, і запитання "Мам, можна?" допомагає з'ясувати, що можна і що ні. З часом ми вчимося правилам і обмеженням, і вже не мусимо постійно запитувати дозволу, але ідея залишається. Отже, висновок полягає в тому, що використання конструкції зі словом "можна" з питальним знаком може бути спадковим і відображати наше вроджене бажання з'ясувати можливості і обмеження у світі навколо нас.

Це був приклад його подачі інформації. Як ми бачимо, Ілля пише просто і зрозуміло. Він також іронізує в тексті і це робить його більш приємним до сприйняття. Ілля Полудьонний подає інформацію чітко і роз'яснено, з увагою до своєї аудиторії. Він пише так, ніби це окремий текст для окремої людини з певним підходом. Для порівняння ми проаналізуємо ще один його пост, але написаний 15 серпня 2022 року [19]. До речі, цей пост вже буде українською.

У цьому тексті Ілля описує фото, яке вважає символом певної події. Фото було зроблене під час нічного чергування психологом у Франківському ЦНАПі. Він згадує про напругу, яку відчував тоді і від якої він відчуває сліди й донині. Автор вказує на деталі фото, такі як теплий светр, олені на грудях, гора підгузків на фоні. Він зауважує, що в той момент людей цікавило не модний одяг, а саме зігрітися. Він описує це як несподіваний сюрреалістичний момент з чіткою координацією. Також автор згадує, що між шоком і волонтерством він мав бажання зафіксувати цю подію і не забути її. Разом з іншою людиною він вирішив написати книгу про перші фази війни, щоб

описати і структурувати психологічні процеси, які спостерігалися. Вони зазначають, що видавництво @nashformat.ua підтримує їхній проєкт. Останнім моментом є те, що автор вказує на мету проєкту – показати читачам із західних країн, як виглядає війна, нехай ніколи їм цього не знадобиться. Висновок полягає в тому, що автор сподівається передати свої враження і досвід війни через це фото і майбутню книгу. Він прагне описати психологічні процеси, що супроводжують воєнні події, і показати читачам реальність, яку вони можуть ніколи не зазнати [19].

Тут можемо бачити, що зберігається його іронізація в тексті. Що він пише так, як воно є насправді – без всіляких перебільшень і дописів. Можна сказати, що його блог схожий на формат щоденника, де він записує події, які з ним відбуваються та думки.

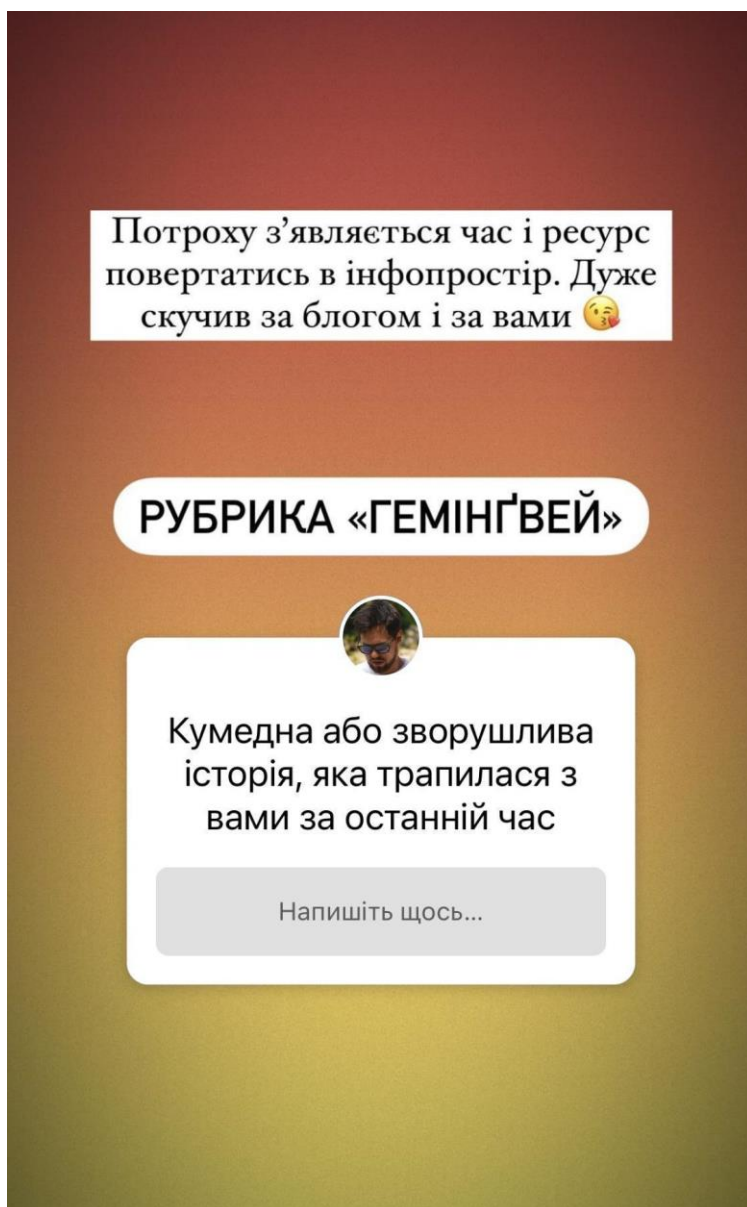
Як вже було з початку зазначено, що блог може бути форматом інтернет-щоденника. А оскільки наш блогер нечасто публікує пости і не так активно веде свою Інстаграм-сторінку, то можна дійсно сказати, що він викладає інформацію як у щоденнику чи записнику. Він пише те, що з ним трапляється, про що думає, які емоції переживає, який психологічний стан чекає на більшість людей, які пережили війну.

## **2.5 Комунікація з аудиторією у сторіз**

У 2016 році Instagram впровадив свій власний формат дописів – Інстаграм-Stories, який був вдосконалений за зразком функції зникнення в Snapchat [17]. Цей формат став невід'ємною частиною соціальної мережі, і як користувачі, так і бренди все більше зосереджуються на його використанні та освоєнні. На сьогоднішній день близько 50% щомісячних користувачів Instagram використовують Stories, а 500 мільйонів людей публікують 1 мільярд Stories щодня [17].

Наразі Ілля Полудьонний не публікує багато сторіз і рідко їх записує. Але на його сторінці є 26 актуальних сторіз. Актуальні – це ті, які завжди у

профілі завжди видно і можна створити одну актуальну сторі, але міститиме вона хоч 5 сторіз, хоч 30. Кожну можна зробити окремо і на будь-яку тематику – в залежності від того, які сторіз публікує блогер.



18.03.2023 [35]

Нещодавно Ілля зробив чергове опитування у себе на сторінці через сторіз. Декілька таких опитувань у нього є в актуальних сторіз, результати яких він також публікує, коли їх закінчує. Взагалі він їх робить з ціллю потім зробити висновки в подивитися, яка кількість людей чого соромиться/чого боїться/що людині не вистачає. Роблячи такі невеликі опитування, можна поступово аналізувати свою аудиторію та робити для себе висновки.

Тональність, стиль спілкування повинні відповідати цільовій аудиторії. Для цього потрібно знати людей, яким ви хочете продати свій товар або послугу. Текст для постів, оферів і креативів не повинен викликати відторгнення у вашій ЦА. Умова актуальна для всіх плейсмент: і в стрічці, і в сторіс, і в розсилці повідомлень в соцмережах [29].

## ВИСНОВКИ

Блоги є основним джерелом отримання інформації для багатьох людей, а також дають можливість презентувати себе як неординарну особистість чи як кваліфікованого спеціаліста, експерта. Завдяки блогам це можна робити швидко, доступно і цікаво. Блоги набирають і будуть набирати більшу популярність. Їх чергова перевага – доступність. Розпочати «кар'єру» блогера може абсолютно будь-яка людина з різних куточків світу.

Ми розглянули введення блогів на прикладі такої соціальної мережі як Інстаграм і визначили, що не дивлячись на його четверте місце у рейтингу за використанням (див. статистику у підрозділі 1.2), саме він ідеально підходить для ведення блогу. Завдяки візуальному контенту в Інстаграмі легше взаємодіяти з аудиторією. Через дописи, де можна публікувати фото чи відео або через сторі, де переважає візуальна складова. Таким чином глядачі та читачі легше сприймають інформацію. Також наявний зворотній зв'язок, який теж з'являється не одразу. Аудиторія блогера може відповідати на сторі (і частіше тільки на них і відповідають; дописи загалом читають і просто лайкають), давати поради, спілкуватися, ділитися інформацією.

Блог Іллі Полудьонного є прикладом того, що можна допомагати людям на відстані, пишучи своєрідні «рецепти» у дописах. А завдання аудиторії – правильно це сприймати та використовувати у житті. Можна зробити висновок, що необов'язково бути постійно на зв'язку з людиною, але обов'язково намагатися розуміти своїх читачів. Обов'язково мати бажання і прагнення їм допомогти – це завдання психолога. Проводячи іноді опитування у своїх сторі, він робить аналіз, за допомогою чого потім виводить статистику (хто з його аудиторії чим цікавиться/чого боїться чи соромиться). Таким чином, за допомогою комунікації і аналізу можна розуміти людей.

Також окремим підрозділом було детально описано розслідування Іллі Полудьонного про Спартака Субботу. У ньому розповідається про розкриття шахрая Спартака (ім'я якого насправді Олександр і який називає себе

психологом), повідомляється про реакцію соціальних мереж, реакцію аудиторії самого Субботи та аудиторії Іллі Полудьонного. Більшість людей підтримує позицію психолога і не вірить тому, що розповідає про себе Спартак.

Розслідування Іллі тривало сім місяців. За цей термін він зібрав достатньо достовірної інформації, яка підтверджувала його слова відносно самозванця. Воно принесло шалений резонанс і бурхливу реакцію аудиторії. У більшості завдяки цьому розслідуванню психолог став більше відомим і наразі набирає велику кількість підписників.

За фахом він психотерапевт і це його основна професія. Але наразі він добре починає розвиватися як блогер і надавати таким чином приклад іншим. Його головна мета - це допомога людям, надання їм підтримки, розуміння їхнього болю. І блог використовується як допоміжний елемент для комунікації зі своїми підписниками. Його діяльність як блогера не була цілеспрямованою, але це не зробило гірше. Навпаки він таким чином про нього дізнається більше людей. Завдяки цьому і він стає більш відомим серед своєї аудиторії і зростає кількість людей, які можуть за допомогою його корисних порад та консультацій вирішити свої проблеми.

Блоги у нашому житті - це тільки допоміжний метод. Основною є людина і її сутність, бажання нести користь у соціум, внесок важливої та потрібної інформації, допомога іншим. Можна сказати, що Ілля Полудьонний є такою людиною і його робота дає свою користь і гарні відбитки.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Olha H. Naboka. Освітній блог як засіб професійної підготовки майбутніх вихователів закладів дошкільної освіти. URL: <http://surl.li/hdbdj> (дата звернення: 18.05.2023).
2. Poludonnyі. «Сатердей. Людина, яка грає спектакль. Епізод 1. Політика». 11 квітня 2023 року. URL: <https://youtu.be/n3GuDaoHDvY> (дата звернення: 18.05.2023)
3. Poludonnyі. «Сатердей. Людина, яка грає спектакль. Епізод 2. Наука». 11 квітня 2023 року. URL: <https://youtu.be/tj0bXcCOfoс> (дата звернення: 18.05.2023)
4. Poludonnyі. «Сатердей. Людина, яка грає спектакль. Епізод 3. Експертиза». 11 квітня 2023 року. URL: <https://youtu.be/3luYhLEbJSM> (дата звернення: 18.05.2023)
5. Poludonnyі. «Сатердей. Людина, яка грає спектакль. Епізод 4. Освіта». 11 квітня 2023 року. URL: <https://youtu.be/Olx2ULN1K0U> (дата звернення: 18.05.2023)
6. Poludonnyі. «Сатердей. Людина, яка грає спектакль. Епізод 5. Етика». 11 квітня 2023 року. URL: <https://youtu.be/ObRbEN1ZyY>. (дата звернення: 18.05.2023)
7. YouTube-канал Poludonnyі. URL: <https://www.youtube.com/@poludonnyі> (дата звернення: 18.05.2023)
8. Блоги. URL: <https://garrythesquid.wixsite.com/techproect/blank-9> (дата звернення: 18.05.2023).
9. Відгуки про книгу «Простими словами». URL: <https://www.yakaboo.ua/ua/prostimi-slovami-jak-rozibratisja-u-svoih-emosijah.html> (дата звернення: 18.05.2023).
10. Історія блогів. URL: <https://studfile.net/preview/2425972/page:2/> (дата звернення: 18.05.2023)

11. Історія виникнення блогу. Перший блог.  
URL:<https://uk.m.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%BB%D0%BE%D0%B3>  
(дата звернення: 18.05.2023).
12. Ілля Полудьонний. URL:<https://laboratoria.pro/author/illya-poludonnyj> (дата звернення: 18.05.2023)
13. Інстаграм сторінка @poludonnyj  
URL:<https://instagram.com/poludonnyj?igshid=MzRIODBiNWFIZA==> (дата звернення: 18.05.2023)
14. «Ісуса від КПТ» Спартака Субботу розіп'яв психолог Ілля Полудьонний. А згодом питаньчка з'явилися і до нього. Велике інтерв'ю з Полудьонним про етику, подвійні стандарти і секс на роботі. Оксана Расулова.  
URL: <https://babel.ua/texts/92733-isusa-vid-kpt-spartaka-subbotu-rozip-yav-psihiolog-illya-poludonnyy-a-zgodom-pitannyachka-z-yavilis-i-do-nogo-velike-interv-yu-z-poludonnim-pro-etiku-podviyni-standarti-i-seks-na-roboti> (дата звернення: 18.05.2023)
15. Класифікація блогів. Різновиди блогів. URL:  
<https://uk.m.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%BB%D0%BE%D0%B3> (дата звернення: 18.05.2023).
16. Коментар Суботи. URL: <https://tsn.ua/amp/ukrayina/scho-ne-tak-zi-spartakom-subbotoyu-vsi-podrobici-skandalu-z-vidomim-psihiologom-i-reakciya-socmerezh-2305948.html> (дата звернення: 18.05.2023)
17. Основні моменти Інстаграм-Stories URL:  
<https://wave.video/ua/blog/instagram-stories-highlights-15-ways-to-use/> (дата звернення: 18.05.2023).
18. Панасенко А. «Блог як різновид масової журналістики в умовах інформаційного суспільства» URL:  
<https://media.neliti.com/media/publications/320985-блог-як-різновид-масової-журналістики-в-475eeb20.pdf> (дата звернення: 18.05.2023)
19. Пост Іллі Полудьонного для порівняння викладу інформації.  
URL: <https://www.instagram.com/p/ChS3h9vN9as/> (дата звернення: 18.05.2023).

20. Пост Іллі Полудьонного.  
URL:[https://www.instagram.com/p/CIQno\\_itDq4/](https://www.instagram.com/p/CIQno_itDq4/) (дата звернення: 18.05.2023)
21. Пост Іллі Полудьонного. URL:  
<https://www.instagram.com/p/CiLQdz7N0IH/>
22. Приклад викладу інформації Іллі Полудьонного. Порада  
URL:<https://www.instagram.com/p/BqFiDjcH5Z5/> (дата звернення: 18.05.2023).
23. Женья Янович відмовився вести "Подкаст терапію" зі Спартаком Суботою: як актор пояснив своє рішення.  
URL:<https://telegraf.com.ua/ukr/lifestyle/2023-04-13/5786904-zhenya-yanovich-vidmovivsvya-vesti-podkast-terapiyu-zi-spartakom-subotoyu-yak-aktor-poyasniv-svoe-rishennya>
24. «Простими словами. Як розібратися у своїх емоціях» Ілля Полудьонний, Марк Лівін URL: <https://nashformat.ua/products/prostymy-slovamy.-yak-rozibratysya-u-svoih-emotsiyah-709406> (дата звернення: 18.05.2023).
25. "Просто відчуваю, що винен". Співведучий Субботи Янович оголосив про закриття їхнього подкасту після скандалу  
URL:<https://gordonua.com/amp/ukr/news/society/prosto-vidchuvaju-shcho-vinen-suvnidnik-suboti-janovich-ogolosiv-pro-zakrittja-jihnogo-podkastu-pislja-skandalu-1659289.html> (дата звернення: 18.05.2023)
26. Психолога Спартака Субботу звинувачують у шахрайстві та брехні. він прокоментував розслідування. URL: <http://surl.li/haeuf>. (дата звернення: 18.05.2023)
27. Сервіси, які дозволяють вести власний блог.  
URL:[https://www.wiki-data.uk-ua.nina.az/Блог.html#Незалежні\\_блоги](https://www.wiki-data.uk-ua.nina.az/Блог.html#Незалежні_блоги) (дата звернення: 18.05.2023)
28. "Спартак Суббота закінчився у вівторок": як в мережі реагують на розслідування про відомого психолога. Анастасія Поя. URL: <https://life.pravda.com.ua/society/2023/04/11/253773/> (дата звернення: 18.05.2023)

29. Спілкування з підписниками та утримання аудиторії Instagram.  
URL: <https://kupibo.com.ua/spilkuvannya-z-pidpysnykamy-ta-utrymannya-audytoriyi-v-instagram/> (дата звернення: 18.05.2023).
30. Статистика використання соціальних мереж. Кількість користувачів. URL: <https://uaspectr.com/2021/12/12/najpopulyarnishi-sotsialni-merezhi-u-sviti-2022/amp/> (дата звернення: 18.05.2023)
31. Статистика соціальних мереж за використовністю. URL: <https://uaspectr.com/2021/12/12/najpopulyarnishi-sotsialni-merezhi-u-sviti-2022/amp/> (дата звернення: 18.05.2023)
32. Т. М. Бобошко. Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи. URL: [https://langcenter.kiev.ua/Lingvistika%202016/38-45\\_Boboshko.pdf](https://langcenter.kiev.ua/Lingvistika%202016/38-45_Boboshko.pdf) (дата звернення: 18.05.2023)
33. Характеристики блогів. URL: <https://www.referat911.ru/Jurnalistika/klasifikacya-blogv-osnovn-vidi-/64801-1547849-place2.html> (дата звернення: 18.05.2023)
34. Що не так зі Спартакoм Субботoю: всі подрoбиці скaндaлу з відoмим психoлoгoм і рeaкція соцмерeж URL:<https://tsn.ua/amp/ukrayina/scho-ne-tak-zi-spartakom-subbotoyu-vsi-podrobici-skandalu-z-vidomim-psihologom-i-reakciya-socmerezh-2305948.html> (дата звернення: 18.05.2023)
35. Як визначити цільову аудиторію. URL:<https://ideadigital.agency/blog/yak-viznachiti-tsilovu-auditoriyu/>(дата звернення: 19.05.2023)
36. Як знайти блогера для реклами в Інстаграм. URL:<https://prosmm.com.ua/yak-znayty-blohera-dlya-reklamy-v-instagram> (дата звернення: 18.05.2023)
37. Як створити контент-план для Instagram: правила, приклади, поради. URL:<https://sendpulse.ua/blog/creating-a-content-plan-for-instagram> (дата звернення: 18.05.2023)

38. Як створити контент-план для Instagram-сторіз.  
URL:<https://sendpulse.ua/blog/creating-a-content-plan-for-instagram> (дата  
звернення: 18.05.2023)

39. “5 процесів, що відбуватимуться з нашою психікою наступні пів  
року”. Ілля Полудьонний. URL: <https://www.instagram.com/p/CiLQdz7N0IH/>