

Міністерство освіти і науки України
Департамент освіти, науки, молоді та спорту
Хмельницької облдержадміністрації
Хмельницьке територіальне відділення Малої академії наук України
Відділення літературознавства, фольклористики та мистецтвознавства
Секція: мистецтвознавство

МУЗИЧНЕ МИСТЕЦТВО В УКРАЇНСЬКОМУ БЛОГІНГУ

Роботу виконала:

Добровольська Валерія Русланівна,
учениця 9 класу Гімназії №5
Шепетівської міської ради
Хмельницької області

Науковий керівник:

Балагур Жанна Анатоліївна,
вчитель музичного мистецтва,
Гімназії №5 Шепетівської міської
ради Хмельницької області

Зміст	
ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1	5
Блогінг як феномен молодіжної субкультури	5
1.1 Поняття «субкультура»	5
1.2. Блогерство як сучасний молодіжний рух.	6
РОЗДІЛ 2	8
Блог та його функції	8
2.1. Що таке блог?	8
2.2. Функції блогів.	8
2.3. Різновиди блогів.	10
РОЗДІЛ 3	12
Українська музика в блогах	12
3.1. Блогерство у TikTok	12
3.2. Блогерство в YouTube	15
3.3. Блогерство в Instagram	17
ВИСНОВКИ	20
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	21
ДОДАТКИ	22

ВСТУП

Швидкі й неоднозначні зміни останнього часу зумовили проникнення і розвиток в Україні різних течій та субкультур із Заходу та Сходу. Українське суспільство, як і будь-яке інше, не існує ізольовано, у замкненому просторі, воно зазнає впливу та взаємопроникнення різних культурних традицій. Відбувається процес трансформації суспільних відносин під впливом інтеграційних процесів, взаємодії різних культур, змінюється система пріоритетів і цілей. Це, зокрема, проявляється у змінах мети, засобів її досягнення, ціннісних орієнтацій і поведінкової моралі особистості.

У цьому сенсі на особливу увагу заслуговують процеси, які відбуваються у молодіжному середовищі. Адже саме молоді люди є тим матеріалом, що найбільше піддається зовнішнім впливам. Вони, як правило, не обтяжені суперечливим досвідом минулого з притаманними йому ціннісними і поведінковими установками. Молодь, яка визначає майбутнє будь-якого суспільства, вже сьогодні істотно впливає на його змістовні характеристики.

Сучасне життя складно уявити без інтернету. Стрімкий розвиток інформаційних технологій призвів до виникнення явища блогерства, яке сьогодні займає велику частину життя пересічної людини. Популярність у мережі – мрія та ціль багатьох підлітків, а самі блогери – приклад для наслідування.

У наш час ця тема надто актуальна. Все більше підлітків кожний день у всіх країнах світу стають блогерами. Тому необхідно знати про цю культурну нішу, розуміти її і бути готовим зіткнутися з її представниками в реальному житті. Розказати як можна більше, пояснити суть блогінгу і освітити хоч би з декількох сторін - це мета моєї роботи.

Переважна більшість блогерів у своїй творчості використовують музику: хтось – як музичний фон, хтось веде блог про музику, а хтось – співає чи навчає співати або танцювати. Здебільшого аудиторією блогерів є молодь і підлітки. Саме тому ця тема є *актуальною* для мене.

Об'єкт дослідження – закономірності та особливості використання музики у блогах.

Предмет дослідження – музичне мистецтво як засіб вираження особистості блогера.

Мета роботи – дослідження особливостей використання музичного мистецтва у блогах, визначення його ролі і значення в розвитку українського блогінгу, аналіз використання саме української музики у блогах.

Для досягнення мети наукової роботи необхідно виконати такі *дослідницькі завдання*:

- виявити та дослідити джерела за проблематикою роботи;
- охарактеризувати основні функції блогінгу;
- дослідити використання української музики в блогах;
- охарактеризувати важливу роль музики в створенні та просуванні блогу;
- дослідити блоги відомих земляків.

Методи дослідження. У ході дослідження було використано широкий спектр взаємодоповнюючих загальнонаукових та спеціальних методів, які забезпечили достовірність отриманих результатів, а саме: історичний, термінологічний, типологічний, системний, метод узагальнення, систематизації, порівняння і аналогії, аналізу і синтезу, статистичний, художньо-стилістичний тощо.

Практичне значення роботи. Матеріали дослідження можуть бути використані в навчальному процесі вчителями та учнями при підготовці до уроків музичного мистецтва, виховних заходів естетичного спрямування.

РОЗДІЛ 1

Блогінг як феномен молодіжної субкультури

1.1 Поняття «субкультура»

На порозі соціальної зрілості молоді люди перебувають у стані особливо активного пошуку та відбору цілей, життєвих перспектив, а також шляхів і засобів їх досягнення. Період соціалізації молодого людини, що є процесом її включення у все різноманіття суспільного життя, супроводжується досягненням соціальної зрілості, початком самостійної виробничої діяльності, набуттям професії, одним із наслідків цього процесу є досягнення рівноправного становища в суспільстві. Ці та інші зміни в соціальному статусі молодого людини супроводжуються становленням характеру, світогляду, ідейних позицій, системи поглядів та переконань.

Особливо гостро проблеми молоді та її ролі в суспільному житті постали в період бурхливих і суперечливих змін та перетворень, котрі відбуваються сьогодні в українському суспільстві.

Система норм і цінностей, які відрізняють певну соціальну групу від інших спільнот, називається **субкультурою**. Вона формується під впливом таких факторів, як вік, етнічне походження, релігія, місце проживання тощо. Прийнято вважати, що цінності субкультури не зумовлюють заперечення національної культури, яка прийнята більшістю, вони лише унаочнюють деякі відхилення від

неї. Виступаючи частиною цілісної культури, субкультура містить яскраво виражені відмінні риси, які відіграють особливу роль в об'єднанні конкретної категорії людей.

Субкультура – результат постійної взаємодії людей, яка відбувається в особливих умовах. При цьому цілісна культура, як правило, не зводиться до простої суми субкультур. Свій внесок у культуру роблять різні спільноти та окремі особистості, які не є носіями субкультури. Водночас більшість, як правило, ставиться до феномена субкультури неохоче або з недовірою.

Терміном "субкультура" зазвичай позначають особливу форму організації життя людей (соціальних груп), які прагнуть облаштувати в межах пануючої культури особисте, відносно автономне культурне існування зі своїм стилем (одягом, манерами, мовою), звичаями, нормами, цінностями та ідеалами.

В наш час феномени молодіжної субкультури привертають увагу соціологів, культурологів, психологів. При цьому причини інтересу досить різноманітні. Молодіжна субкультура може розглядатися, як багате джерело інновацій і відкриттів в мистецтві, моді, формах дозвілля; як варіант примітивної масової культури; як форма творчої активності молоді, що не знаходить прийняття і підтримки з боку офіційної культури; як джерело небезпеки для соціального і духовного здоров'я молодих.

Феномени молодіжних субкультур досить тривалий час розглядалися в науці як «девіації», а самі субкультурні співтовариства як загроза позитивної соціалізації дитини.

Однак сучасні підходи у вивченні молодіжної субкультури носять досить ліберальний характер. Західне суспільство, по суті, «дозволяє» виражати молоді себе в цій сфері, акцентуючи увагу на соціалізуючій функції молодіжної субкультури. Субкультура інтерпретується як простір гри, експериментування з нормами, цінностями, ієрархією дорослого світу. Молодіжні субкультури – феномен міської культури західного типу.

1.2. Блогерство як сучасний молодіжний рух.

Молодіжних рухів безліч: панки і рокери, металісти та готи, скінхеди та емо, тітокери та блогери. Система цінностей молоді людини розвивається і функціонує у певному соціальному середовищі, на певній матеріальній основі, яка, з одного боку, формує потреби молоді, а з іншого – являє собою умови, механізми і фактори їх задоволення. Вплив соціальних умов на суспільні процеси відбувається на макро- і мікро- рівнях, але останній, як правило, є багатоваріантною конкретизацією першого, його емпіричним проявом через такі механізми, як формальне (заклади культури) і неформальне (квартира, вулиця) мікросередовища, різні форми міжособистісного спілкування, соціально-культурна символіка і, звичайно, технічні засоби ретрансляції творів мистецтва.

Змістовні характеристики молодіжної культури істотно залежать від стилю життя молодих людей, усталених у їхньому середовищі навичок проведення дозвілля. Відповідні показники помітно відрізняються залежно від освіти, місця проживання та сімейного стану молодих людей. Але для всіх соціально-демографічних груп молоді дозвілля в цілому має більшу значимість, ніж для дорослих. Дозвілля для молоді – сфера, де відбуваються події першорядної важливості. Стосунки з друзями, з коханою людиною, нові знайомства та прочитані книжки становлять "тканину життя" молоді людини, визначають сенс та емоційну забарвленість дня або тижня.

Однією з найважливіших цінностей у молодіжному середовищі є мода. Мода – це не тільки однакові джинси та кросівки, куртки та зачіски. Це ще й однакові смаки, запити, жарти і дотепи, спрямованість, напрямок думок, вчинки. Між тим, мода не є чимось даним назавжди. Вона виникає, вмирає, змінюється. Масова мода і в одязі, і у вчинках, і в думках здатна деформувати особистість і зовнішньо і внутрішньо, підкорити її собі.

Якщо раніше рівнялись на спортсменів, фанатили від акторів та мріяли про знайомство зі співаками, то зараз всі прагнуть мати відоме ім'я та відвідуваний блог. Блогери, або так звані «лідери думок», – це харизматичні особи, які чинять вплив на інших і є зразком для наслідування для багатьох людей.

Блогерам відомі секрети маніпулювання свідомістю людей в інформаційному суспільстві, особливо осіб, не здатних до аналізу та критичного мислення.

РОЗДІЛ 2

Блог та його функції

2.1. Що таке блог?

Блог (англ. blog, від «web – павутина», «log – журнал») – це вебсайт, головний зміст якого складають записи, зображення чи мультимедіа, що регулярно додаються.

Однією з найпопулярніших платформ для ведення блога є «Instagram», заснований Кевіном Систром і Майком Крігером у 2010 році. Ця соціальна мережа робить акцент на обміні фотографіями між користувачами. Її популярність сьогодні зумовлюється тим, що збільшення інформаційного потоку розсіює увагу людини, і вона мимоволі надає перевагу візуальному контенту порівняно з текстовим. Деяких блогерів можна порівняти з громадянськими журналістами – особами, які збирають, аналізують і публікують інформацію, не маючи належної професійної журналістської підготовки. Блогерство має величезний вплив на

сучасне суспільство, і передбачити траєкторію його подальшого розвитку дуже важко.

Бажання стати популярним, отримувати подарунки та заробляти великі гроші є двигуном блогерства, робить його дедалі більш масовим, що призводить до ще більшої зацікавленості у веденні блога та користуванні соціальними мережами.

2.2. Функції блогів.

Блоги за своєю сутністю є поліфункційними. Головна їх функція корелює з метою блогера: комунікативною, експресивною, розважальною, соціалізаційною, акумулятивною, рефлексивною, психотерапевтичною, рекламною, просвітницькою / інформативною.

Найбільш яскраво, на нашу думку, у соцмережах репрезентована передусім **комунікативна функція**. Вона дає можливість людині транслювати свої повідомлення одночасно великій кількості користувачів інтернету. Один пост в Instagram із гарним фото та цікавим невеличким текстом чи відео на YouTube зменшують витрати часу як блогера, так і простого читача. Кожен прочитає чи перегляне відео у зручний йому час або не робитиме цього, якщо йому це не цікаво.

Саме ця функція дозволяє блогеру здійснювати багатовекторну комунікацію зі своїми підписниками.

Наступна функція – **функція самопрезентації** (самопозиціонування). Ця функція більш характерна для блогів творчих людей, які популяризують свої витвори: вірші, фотографії, малюнки, пісні і т.д. Наголошуємо на тому, що будь-який блог несе інформацію про особу автора, і в такий спосіб відбувається його самовираження. До прикладу блог маленької славутички Соломійки Дебопре.

Функція розваги. Блоги є невичерпним джерелом розважального контенту.

Більша частина користувачів соціальних мереж вважають ведення, переглядання та коментування блогів веселим проведенням вільного часу.

Функція соціалізації — згуртування та утримування соціальних зв'язків.

Соціальні мережі — такі, наприклад, як «Instagram» та інші платформи, на яких розміщують блоги, об'єднують десятки тисяч користувачів зі всього світу, серед яких багато хто може знайти не лише знайомих, а й людей зі схожими смаками чи вподобаннями. Блоги долають бар'єри (спілкування між людьми відбувається незалежно від їхнього місця розташування) і допомагають дізнатися один про одного більше та з перших уст.

Акумулятивна функція репрезентує ведення мемуарів. Блог — місце для записів, один із способів фіксації важливої інформації чи життєвих подій. Наприклад, соціальна мережа «Instagram» архівує всі сторіс і нагадує про них — користувач може згадати, що робив і де був у період, який його цікавить.

Функція саморозвитку, або рефлексії. Ця функція блога дає можливість користувачеві створити «ідеальний» образ самого себе, можливо, і такого, до якого він прагне. Публічність блогів змушує авторів дбати про грамотне викладання своїх думок, що допомагає краще зрозуміти себе і події навколо, а також покращувати свої ораторські здібності. Саме таким є блог нашої зірки-шепетівчанки

Анни

Саліванчук

https://www.instagram.com/p/CWaAOMiq_Eu/. В ньому зірка розповідає про щоденні події зі свого цікавого та насиченого життя. А також рекламує різні товари, тому її блог несе ще й функцію просування товарів та послуг.

Психотерапевтична функція блога полягає в тому, що він слугує вираженню емоцій і допомагає вийти з негативного психічного стану. Для багатьох блогерів — це також спосіб поскаржитися на життя і отримати заспокійливі або позитивні слова у відповідь.

Функція просування товарів і послуг. Ця функція яскраво репрезентована на сторінках/блогів магазинів. За допомогою блогів вони можуть відстежувати реакцію аудиторії на товари чи послуги, які надають, брати приклад із конкурентів

чи переймати в них досвід, взаємодіяти з покупцями, розміщувати коментарі чи рекламувати себе в блогах інших людей.

Просвітницька, чи інформативна функція. Цю функцію найяскравіше репрезентують блогери-викладачі, коучі та психологи. Контент їхніх блогів містить певний відсоток навчальної інформації, поданої в розважальній формі для зацікавлення підписників. Одна з яскравих представників цього напрямку – вчителька біології Ольга Халепа. Під час карантину й вимушеного переходу на дистанційне навчання Ольга почала записувати реп-уроки на різні теми зі свого предмету. Вчителька римує різні наукові терміни, ставить текст на музику, знімала відео на власний телефон та сама монтувала ролики.
<https://www.youtube.com/watch?v=TTT07S-2QRM>

Отже, функції блогів є різноманітними і часто переплітаються між собою. Кожен блогер має свою мету ведення блога, обираючи для цього власну стратегію, але всіх блогерів об'єднує бажання знайти свою глядацьку / читацьку аудиторію та збільшувати її.

2.3. Різновиди блогів.

Різновиди блогів, як і функції, залежать від того, який напрямок обрав автор / автори блога, яку платформу вони використовують та які види публікацій розміщують.

Блоги за **авторством** поділяються на: особисті (персональні) – ведуться однією людиною, колективні, або соціальні, – ведуться групою людей, корпоративні – ведуться співробітниками однієї компанії, «примарні» – ведуться від імені чужої особи невідомої людиною.

За **видом мультимедіа** блоги бувають текстові, фотоблоги, музичні, відеоблоги, підкасти і блогкасти.

За **жанровими характеристиками** виокремлюють контентний блог – публікація первинного авторського контенту, мікроблог – короткі щоденні новини з життя автора, моніторинговий блог – коментування інших блогів чи

сайтів, цитатний блог – публікація цитат з інших блогів, сплог – спам-блог, флоги – оплачені рекламні записи, які публікуються як особисте враження.

За технічною основою розрізняють Stand-alone блог (блог на окремій платформі), блог на блог-платформі та моблог (мобільний блог, який наповнюється з мобільних).

За тематикою розрізняють тематичні блоги та блоги загальної тематики. У перших репрезентовані конкретні теми: спорт, кулінарія, мода, індустрія краси і т.д., у блогах загальної тематики можна знайти багато політематичної інформації. Таким чином, блоги поділяють на різновиди за такими критеріями, як авторство, вид мультимедіа, жанрові характеристики, технічна основа, тематика тощо.

РОЗДІЛ 3

Українська музика в блогах

3.1. Блогерство у TikTok

TikTok – платформа китайського походження, навколо якої не вщухають скандали щодо незаконного збору персональних даних, але темпам зростання якої заздять Facebook, Instagram і Youtube.

За даними «Kantar Україна», влітку 2020 року в нас було 1,23 млн мобільних користувачів застосунку TikTok. Компанія AIR Media-Tech каже про 5 млн користувачів в Україні, а от агенція Wideworks (офіційний партнер TikTok в Україні) нарахувала у липні 3,2–3,4 млн, що на 700–900 тис. більше, ніж на початку року.

Тітокерів-інфлюенсерів – тих, хто має понад 1000 підписників і може заробляти на рекламі, – в Україні 16,2 тис. (станом на серпень 2020 року, за даними PureAuditor). Серед цих користувачів є і «мільйонники», й ті, що саме набирають обертів.

Половина української аудиторії TikTok – дівчата 13–24 років. Кілька днів тому TikTok оголосив, що невдовзі всі акаунти користувачів у віці до 15 років будуть приватними, а до 18 років – під особливим контролем.

Топ-користувачі в Україні мають від 1 до 6 млн підписників. Що вони їм пропонують? Та що завгодно. Можна потанцювати і зібрати сотні тисяч переглядів, можна спародіювати вчительську інтонацію та здобути десятки тисяч, можна приклеїти скотчем душевий кран до голови й отримати мільйони. Дивним чином у ТікТоку сусідить корисне і «дуркувате».

«Що це за абсурд?» Саме таке враження виникає у тих, хто вперше завантажує і заходить у TikTok. Гуморески, дивні відео з іще дивнішими аудіодоріжками, купа російської попси, всі танцюють, стрибають і роблять дурниці.

Увесь контент у TikTok – короткі вертикальні відеоролики, зняті під накладену музику, звуки чи просто у розмовному форматі, їх називають

«тіктоками». Основні риси, що об'єднують усі «тіктоки»: гумор, музикальність і креатив.

Жанри – від персональних блогів або танцювальних роликів до гумористичних скетчів, лайфхаків чи навчального відео.

Ця платформа немов «вікно» у життя підлітків і студентів, ще там можна підглянути за цікавими професіями, знайти рецепт будь-чого і навіть підтягнути англійську.

У розважальний формат дедалі частіше намагаються «запакувати» актуальні проблеми, корисну інформацію, пояснення явищ і реакції на новини. Але вся ця "розумна" частина схожа на міліметровий шар свідомості, який покриває глибини темного несвідомого. Останнє й виливається у формі прикольних відосиків.

Якщо провести у TikTok тиждень-два, понатискати на всі «кнопочки», гештеги, проставити трохи вподобань, підписатися на тих, хто зацікавить, то соцмережа підлаштується під вас – і у стрічці рекомендованих мережею відео (а саме туди прагне потрапити кожен користувач зі своїм контентом) ви, найпевніше, бачитимете те, що справді вас цікавить.

Для чого це все? Звісно, це насамперед комерційний інтерес: бренди у тіктокерів купують рекламу, чи точніше купують самих тіктокерів, які вдають, що користуються певним брендом. Як і в інших соцмережах, блогери не завжди повідомляють, що це реклама, вважається, що і так усі це знають і не заморочуються. А хтось і продає свої послуги чи товари. Шоу-бізнес знайшов у ТікТоку надзвичайно ефективну платформу для розкрутки нових хітів.

Плюс свої «шматочки щастя», свої дози «ендорфінів», які отримують користувачі у будь-якій іншій соцмережі. Багато хто черпає у ТікТоку нові ідеї та натхнення для роботи. Хтось самовиражається чи просто творить. Дехто спілкується, інші щиро хочуть доносити якісь думки до аудиторії.

Користувачі люблять TikTok за те, що він «не такий токсичний, як Facebook чи Instagram, більш динамічний та цікавий за форматом», за легкість і короткі інформативні відео.

У 2020-му українці не лише активно завантажували TikTok, а й почали створювати там україномовні «тренди»: пісні, аудіозаписи, звуки чи мелодії, які інші користувачі підхоплюють і використовують потім для створення своїх власних роликів. Аналізуючи пісні, які використовують у TikTok (2020 рік), ми бачимо, що із 35 пісень лише одна україномовна. Та у 2021 році ситуація змінюється. Тітокери активно починають використовувати україномовні пісні. Популярними у TikTok стали пісні: «Шум» гурту GO-A, «Гуси» VELBOY, «Дим» «Время и Стекло», «Восьмий колір» MOTOROLA та народна пісня «Батько наш Бандера».

«Першим україномовним тітокером зі 100-тисячною аудиторією» називає себе студент і блогер Данило Гайдамаха з ніком @chornobrovuj. Контент у нього переважно на патріотичну тематику: про Крим, Донбас, російську агресію й українську мову – все у формі коротких роликів-«тітоків».

Зараз у Данила понад 290 тис. підписників, і цього літа він разом із кількома українськими студентами запустив українське реаліті-шоу «Галас». Гайдамаха називає цей проєкт «Українською TikTok-революцією» і хоче збільшити кількість україномовного контенту в цій соцмережі.

Проєкт «Галас» чимось нагадує «TikTok-хауси» – об'єднання тітокерів, які «мешкають в одному будинку» та знімають авторський і спільний контент, часто це реклама брендів. Тільки в «Галасу» інша мета – українізація вітчизняного сегмента TikTok.

Є і патріотичний контент з окупованих регіонів України. Наприклад, ось школярка з Севастополя з досить сміливим контентом про росіян у Криму, воду, ставлення до українців.

– Я звернула свою увагу на ТікТок ще під час роботи на «Радіо Свобода», – каже журналістка і тіктокерка Ангеліна Ломакіна. – Мені його показала колега. І з того часу я закохалася у цей додаток, бо в ньому суцільний креатив, свобода самовираження.

Ангеліна веде ТікТок про медіаграмотність для «Детектор.Медіа» і має понад 12 тис. підписників.

Окремі ролики набрали навіть кілька мільйонів переглядів.

За спостереженнями Ангеліни, за останні пів року в ТікТок значно побільшало якісного контенту, а з серйозних тем трапляються відео про права людини, психологію, юриспруденцію, патріотизм, історію, природничі науки.

3.2. Блогерство в YouTube

Якщо говорити про українське блогерство в YouTube, то перебравши вручну по 250 українських YouTube-каналів за кількістю підписників і кількістю переглядів, ми жажнулись. Серед сотень каналів не назбиралось навіть десяти україномовних блогерів. Більшість топових YouTube-каналів, де хоч якось присутня українська мова, належить українським телеканалам або їхнім проєктам. Texty.org.ua та «Детектор медіа» передивилися популярні канали та з'ясували, чому контент українською мовою вкрай рідко вибивається на верхні позиції чартів.

Здавалося б, зробити огляд топ-15 україномовних блогерів на YouTube — це досить просто. А якщо зосередитись на музичних блогерах, то взагалі вистачить і п'яти пальців на руці.

Але на нас очікувала несподіванка: «українське» зовсім не означає «україномовне». Топ-15 україномовних каналів за версією Texty.org.ua та Детектор.медіа та рейтинг україномовних каналів від проєкту «Маніфест». Порівнявши два списки, ми сформували топ-15 україномовних каналів у YouTube за кількістю переглядів.

«Перегляди — це саме той показник, який визначає залученість глядачів і, власне, популярність конкретно цього контенту у даний час. Підписники ж часом стають більш пасивною аудиторією: люди, що підписалися на YouTube-канал, можуть згодом ні разу не переглянути жодного відео з цього каналу», — каже Олексій Токовенко, менеджер продуктів AIR Academy.

Ось наш рейтинг (цифри станом на 24 грудня 2019 року):

1. Чоткий Паца (636 млн переглядів, 4,2 млн підписників). Гумор, пародії.

Канал створений у жовтні 2014 року. Основний контент — пародії на популярні кліпи. Найбільшу кількість переглядів (53 млн) має пародія на кліп «Имя 505» гурту «Время и стекло». Також автори каналу намагалися робити відео «типи людей», розіграші, своє шоу, випуски гумористичних новин тощо. Втім, такий контент не набрав достатньої кількості переглядів, тому від нього відмовилися. Зараз учасники проєкту також відкривають інші канали.

7. ВІА Кіп'яток (40 млн переглядів, 146 тис. підписників). Гумористичні пісні, влог.

Канал існує ще з 2012 року, але він не дуже активний. Відповідальна за контент — КВН-команда VIP Тернопіль. На каналі влоги з їхнього концертного туру та гумористичні пісні, які часто йдуть з довгими комедійними підводками. Найпопулярніше відео (22 млн) — «Синя смужка».

9. SILIRADA (31 млн переглядів, 271 тис. підписників). Пародії на кліпи.

Канал доволі свіжий — створений у лютому 2019 року. Основний контент — пародії на музичні кліпи. Найпопулярніше відео (7,9 млн переглядів) — «Жигуль - ПАРОДІЯ | Дима Билан – Молния»

Чому україномовні блогери зазвичай не досягають топ-250?

Як розповів Texty.org.ua Кирило Євсєєв, сертифікований компанією Google спеціаліст з розвитку YouTube-каналів та відеореклами, проблема в тому, що ця відеоплатформа «не розуміє» українську мову. Тобто, YouTube не може її

розшифровувати, а це впливає на органічний трафік (видачу відео у рекомендованих, у пошукових запитах) і на охоплення аудиторії.

Хоча ставлення Google до української мови ще не найгірше, бо компанія дозволяє запускати рекламу українською. Наприклад, у Білорусі зробити це білоруською мовою просто неможливо. Тамтешні активісти навіть створювали декларацію з вимогою до ІТ-компаній звернути увагу на цю проблему.

3.3. Блогерство в Instagram

Досліджуючи тему, не можемо оминати юну етноблогерку зі Славуті Соломійку Дебопре. Цього літа Соломійка стала володаркою Гран-прі Всеукраїнського конкурсу етноблогерів на здобуття відзнаки Олександра Капіноса. Дівчинка перемогла з-поміж 240 них учасників з усієї України. До складу журі конкурсу увійшли: генеральний директор Національного центру народної культури «Музей Івана Гончара» Петро Гончар; автор проєкту «Галас», продюсер Данило Гайдамаха, мама Олександра Капіноса, педагог із 35-річним стажем Олена Капінос,; заслужений діяч мистецтв України, етнолог, генеральний директор Національного музею Революції Гідності Ігор Пошивайло; фольклористка, заступниця генерального директора «Музей Івана Гончара» з нематеріальної культурної спадщини, засновниця дитячої фольклорної школи «Орелі» Мирослава Вертюк; режисерка Дарина Кульчицька; мистецтвознавиця, етнолог, заслужений працівник культури Тетяна Пошивайло; TikTok та Instagram-блогерка Тетяна Фірлей; викладачка кафедри фольклористики Національного університету ім.Т. Шевченка, дослідниця української традиційної культури Наталія Хоменко; етноспівачка, викладачка, композиторка Сусанна Карпенко; кураторка конкурсу «Відзнака імені Олександра Капіноса» Олена Котляр; ведучий сцени Майдану, фольклорист, музикант Валерій Гладунець.

Відзнака була створена на честь одного з Героїв Небесної Сотні – 29-річного Олександра Капіноса. Він дуже любив історію, знався на найдрібніших фактах,

був кобзарем і вчився грати на бандурі. Олександр загинув на Майдані, боронячи майбутнє своєї країни. Він був глибоко переконаний в тому, щоб полюбити Україну – треба її пізнати: у народних звичаях, культурі, історії. Олександр відкривав для себе глибокий світ українських традицій та щедро ділився ним з іншими. Самотужки організовував вечорниці та звичаєві свята. Саме тому конкурс етноблогерів став неначе продовженням його задумів, втіленням його мрій – ділитися традиціями свого народу з усім світом.

Дуже вдало відтворила головну ідею конкурсу Соломійка Дебопре. Адже недарма маленька славутичанка з півторарічного віку є вихованкою зразкового фольклорного гурту «Перлінка». У цьому ж колективі займається її старша сестричка – Юліана. А мама дівчаток Ірина є активною громадською діячкою, вона часто ініціює й долучається до заходів, спрямованих на піднесення національної та патріотичної свідомості молоді. Тож українська традиційна культура – це те, чим постійно живе сім'я Дебопре. В родині плекають давні звичаї та любов до традицій, які передаються з покоління в покоління. Усе це яскраво відображено в етноблогі Соломійки. На своїй сторінці в інстаграм дівчинка популяризує українську традиційну культуру Славутичини, розповідає про побут, мистецтво наших пращурів, а також в ігровій формі демонструє цікавинки дитячого фольклору. Там є і відео зі співом прабабусі, і мамина колискова, і екскурсія старою родинною хатиною. В одному своєму відео Соломійка ліпить пташечок і закликає весну, в іншому – виготовляє з мамою свічки так, як цього вчила прабабуся, в наступному – пече паски і розмальовує писанки, або ж збирає квіти на Маковія. А скільки різноманітних загадок та закличок вона знає – слухати не переслухати. Серед її підписників є люди з усіх куточків світу – з Великої Британії, Бразилії, Росії, Польщі. І усіх їх щось поєднує з Україною. Нерідко читачі Соломійчиного блогу пишуть їй щирі слова подяки та захвату від україномовного контенту, який тісно пов'язаний з народними традиціями та звичаями.

Досліджуючи дану тему, мені стало цікаво, за якими блогерами слідкують мої однокласники, учні 7-9 класів нашої школи, наші вчителі. Провівши опитування, я дійшла таких висновків: вчителів цікавлять зокрема професійні блоги, тобто блоги, які ведуть вчителі-предметники України. В цих блогах можна почерпнути багато цікавої інформації стосовно викладання певного предмету, також обмінятися досвідом, отримати відповіді на питання і т.д. Учні мого класу, наприклад, стежать за Олександром Волошиним (лайф-стайл блог), Юлією Вербою (лайф-стайл), Оленою Венум (блог про красу, здорове харчування), Аліною Френдій (блог про моду і стиль), Роксоланою Чуняк (блог про догляд за обличчям). Дані у відсотках можна переглянути у діаграмі 1 див. додатки. Учні 7-9 класів стежать за Олександром Заліско та Олегом Машуковським (вайнери – створюють короткі, смішні відеоролики), Антоном Птушкіним (тревелблогер – блог про подорожі) і Людмилою Вовк (лайф-стайл блог). Результати цього опитування висвітлено у діаграмі 2 див. додатки.

ВИСНОВКИ

Опираючись на опрацьований матеріал, блогерство може розглядатися, як багате джерело інновацій і відкриттів в мистецтві, моді, формах дозвілля; як варіант масової молодіжної культури; як форма творчої активності молоді. Блогерство активно розвивається і завойовує все більше прихильників. Важливе місце у блогерстві посідає музичне мистецтво. Звісно, учні нашої школи, як і більшість підлітків нашої країни, стежать і за російськомовними блогерами, слухають російськомовні пісні. Але дуже тішить, що впродовж останніх кількох років зростає популярність україномовних блогерів, а також з'являється багато цікавої якісної української музики, яка не поступається російським аналогам, і, навіть, б'є рекорди у світових музичних рейтингах. Сподіваюсь, що з часом українська музика і культура буде пріоритетною у вітчизняному блогінгу, а також буде популярною серед блогерів світу.

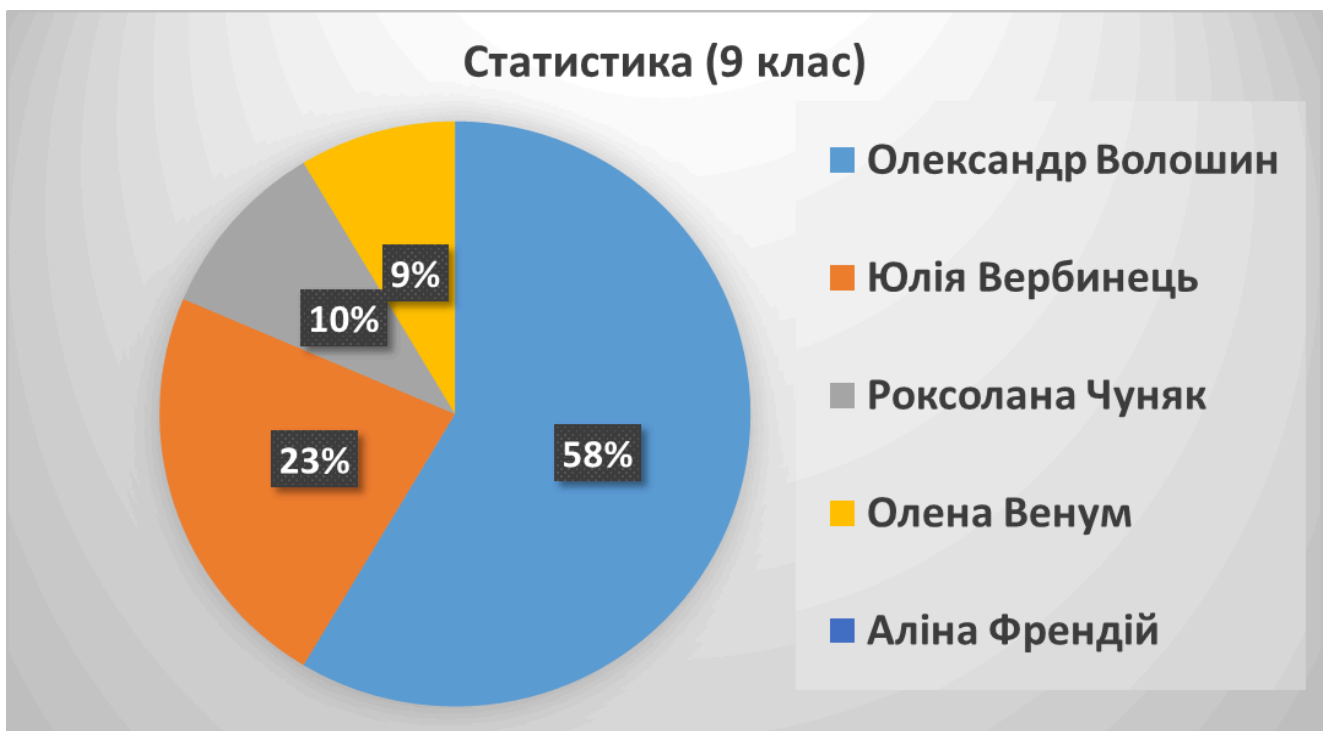
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ОСНОВИ ЯКІСНОГО БЛОГЕРСТВА <http://www.prostir-monitor.org> › mtree › 2014/03
2. Блогерство: аспекти модного заняття - Радіо Свобода <https://www.radiosvoboda.org> › ...
3. Слава блогу. Як стати успішним блогером в Україні <https://suspilne.media> › ✓ Останні новини
4. Пульс – регіональний громадсько-політичний та економічний тижневик
5. ТОП – 15 україномовних каналів у You –Tube 01.09.2020
6. TEXTY.ORG.UA Олена Дуб 19.01.2021 «Ні, я з України»,
7. TEXTY.ORG.UA Олена Дуб «Як українізується і «дорослішає» вітчизняна ТікТок-спільнота»

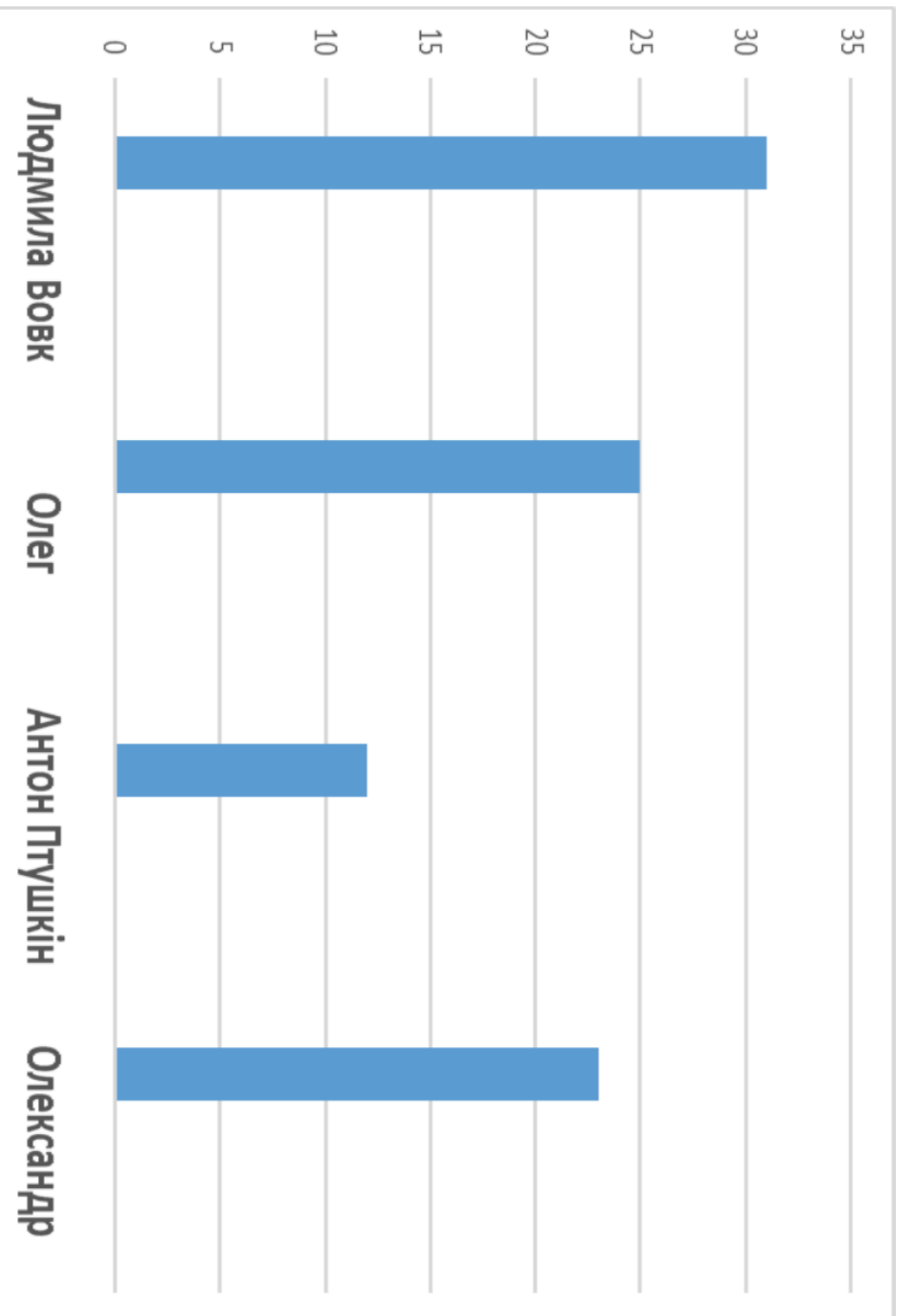
8. ТОП 35 пісень з ТікТок від українських артистів.

ДОДАТКИ

Додаток А



Діаграма 1.





Соломія Дебопре – етноблогерка зі Славути



Олена Венум



Аліна Френдій



Роксана Чуняк



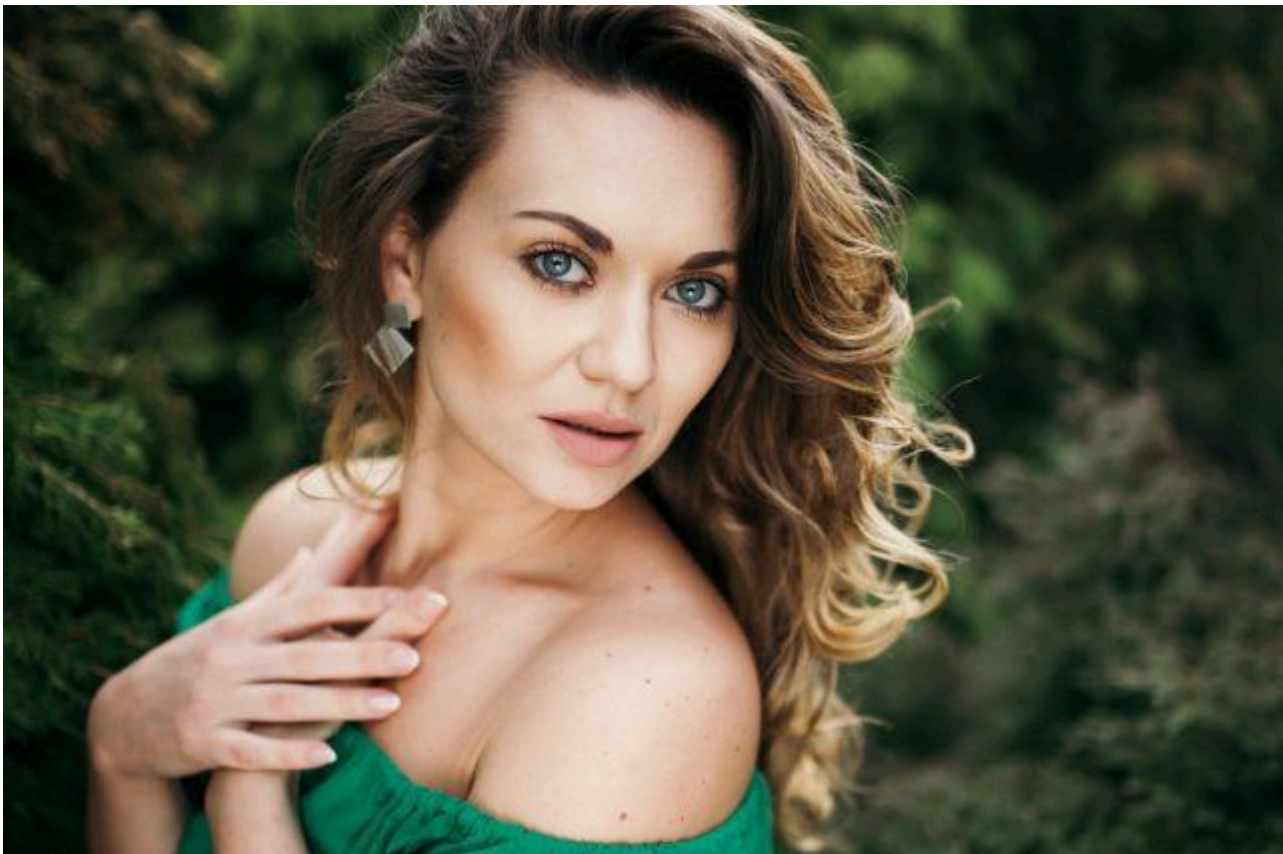
Олександр Заліско



Олег Машуковський



Ольга Халепа



Анна Саліванчук



Антон Птушкін



Людмила Вовк



Олександр Волошин

ДЕКЛАРАЦІЯ АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Всеукраїнського конкурсу-захисту науково-дослідницьких робіт учнів-членів
Малої академії наук України

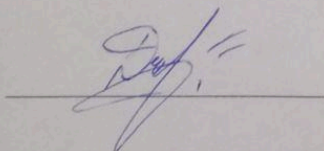
Я, Добровольська Валерія, підтверджую, що моя дослідницька робота на тему: Музичне мистецтво в українському блогінгу є самостійним дослідженням, що не містить академічного плагіату. Зокрема, у моїй роботі немає запозичення текстів, ідей чи розробок, результатів досліджень інших авторів без посилання на них, у тому числі буквального перекладу з іноземних мов чи перефразування, що видають за свій текст, вирваних із контексту тверджень, «розлапкованих» цитат, фабрикації (вигаданих) даних чи фальсифікацій (вигаданих і модифікованих на догоду бажаному висновку) результатів досліджень.

Мною дотримано норм законодавства України про авторське право і суміжні права.

Список використаних джерел дійсно відображає опрацьований мною матеріал, посилання та джерела є коректними.

Розумію, що в разі виявлення порушень мною принципів академічної доброчесності, стверджених вище, моя робота буде дискваліфікована і я не зможу продовжувати участь в конкурсі.

05.01.2022



Валерія ДОБРОВОЛЬСЬКА

Мотиваційний лист

Добрий день, шановні члени журі. Дозвольте представити Вам наукову роботу за темою «Музичне мистецтво в українському блогінгу»

Сучасне життя складно уявити без інтернету. Стрімкий розвиток інформаційних технологій призвів до виникнення явища блогерства, яке сьогодні займає велику частину життя пересічної людини. Популярність у мережі – мрія та ціль багатьох підлітків, а самі блогери – приклад для наслідування.

У наш час ця тема надто актуальна. Все більше підлітків кожний день у всіх країнах світу стають блогерами. Тому необхідно знати про цю культурну нішу, розуміти її і бути готовим зіткнутися з її представниками в реальному житті. Розказати як можна більше, пояснити суть блогінгу і освітити хоч би з декількох сторін - це мета моєї роботи.

Переважна більшість блогерів у своїй творчості використовують музику: хтось – як музичний фон, хтось веде блог про музику, а хтось – співає чи навчає співати або танцювати. Здебільшого аудиторією блогерів є молодь і підлітки. Саме тому ця тема є *актуальною* для мене.

Досліджуючи дану тему, мені стало цікаво, за якими блогерами слідкують мої однокласники, учні 7-9 класів нашої школи, наші вчителі. Провівши опитування, я дійшла таких висновків: вчителів цікавлять зокрема професійні блоги, тобто блоги, які ведуть вчителі-предметники України. В цих блогах можна почерпнути багато цікавої інформації стосовно викладання певного предмету, також обмінятися досвідом, отримати відповіді на питання і т.д. Учні мого класу, наприклад, стежать за Олександром Волошиним (лайф-стайл блог), Юлією Вербою (лайф-стайл), Оленою Венум (блог про красу, здорове харчування), Аліною Френдій (блог про моду і стиль), Роксоланою Чуняк (блог про догляд за обличчям). Дані у відсотках можна переглянути у діаграмі 1 див. додатки. Учні 7-9 класів стежать за Олександром Заліско та Олегом Машуковським (вайнери – створюють короткі, смішні відеоролики), Антоном Птушкіним (тревелблогер –

блог про подорожі) і Людкою Вовк (лайф-стайл блог). Результати цього опитування висвітлено у діаграмі 2 див. додатки.

Я дуже рада, що працюючи над даною темою, я познайомилася з чудовою дівчинкою і цікавою етноблогеркою Соломійкою Дебопре. Вона проживає в місті Славута. В своєму блозі вона популяризує український фольклор, цікаво і доступно розповідає про традиції та культуру Славутчини.

Дуже прикро, що українські блогери частіше використовують російськомовну музику у своїх блогах. Та й ведуть блоги російською мовою.

Звісно, учні нашої школи, як і більшість підлітків нашої країни, стежать і за російськомовними блогерами, слухають російськомовні пісні. Але дуже тішить, що впродовж останніх кількох років зростає популярність україномовних блогерів, а також з'являється багато цікавої якісної української музики, яка не поступається російським аналогам, і, навіть, б'є рекорди у світових музичних рейтингах. Сподіваюсь, що з часом українська музика і культура буде пріоритетною у вітчизняному блогінгу, а також буде популярною серед блогерів світу.

Валерія Добровольська