

Савчук Р. Л.

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Шевчук Г. І.

Івано-Франківська Мала академія наук учнівської молоді

БЛОГЕРСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ АНДРІЯ ШИМАНОВСЬКОГО

У статті простежено сутність понять «блог», «блогосфера» та «блогер». Визначено, що блогерство як суспільне явище значно розширює сучасний інформаційний простір та сприяє реалізації креативного потенціалу особистості. Для блогерів-професіоналів важливо доступно та якісно наповнити свій контент, щоб зацікавити та привернути увагу цільової аудиторії.

Мета дослідження – проаналізувати специфіку блогерської діяльності Андрія Шимановського в соціальних мережах «Тікток», «Інстаграм», «Фейсбук» та «Ютуб». У роботі застосовано ряд методів, зокрема узагальнення (для визначення загальних положень, що відображають основні характеристики поняття блогу та блогосфери), аналізу (пізнання задекларованої теми через детальне і всебічне вивчення журналістських матеріалів про блогера Андрія Шимановського), синтезу (дослідження авторського блогу шляхом системного поєднання окремих його характеристик); метод контент-аналізу (розгляд специфіки наповнення блогу Андрія Шимановського у соціальних мережах).

Аналіз особливостей становлення та розвитку блогерської діяльності Андрія Шимановського засвідчив: блогер успішно використовує сучасні соціальні платформи «Тікток», «Інстаграм», «Фейсбук», «Ютуб» для створення корисного (навчального) контенту, популяризації української мови. Його блог виконує інформаційну, освітню, атракційну та розважальну функції. Оригінальні короткі відеоролики не лише допомагають вивчити правильне наголошування слів, їх значення та нормативні відмінкові форми, побороти суржик, викоринити слова-паразити у щоденному мовленні тощо, але й привертають увагу своєю унікальністю (містять цікаві сюжетні елементи), викликають позитивні емоції.

З'ясовано, що проаналізовані відеопублікації Андрія Шимановського можуть слугувати своєрідними лайфхаками, ілюстративним навчальним матеріалом на уроках української мови, адже саме в жартівливій формі учні краще засвоюватимуть мовні норми, удосконалюватимуть своє усне та писемне мовлення.

Ключові слова: блог, блогосфера, блогер, соціальні мережі, контент, Андрій Шимановський, українська мова, мовні норми.

Постановка проблеми. Інтернет та соціальні мережі стали невіддільним складником сучасного світу. Діджиталізація фактично заповнила всі сфери нашого життя, відкривши доступ до різноманітної інформації за короткий проміжок часу (секунди, хвилини). Швидке поширення цифрових та інноваційних технологій спричинило виникнення блогерської діяльності, яка активно впливає на суспільну свідомість, чи навіть здатна трансформувати її в заданому напрямку. Довіра до блогу як способу передачі інформації є досить високою, оскільки породжує відповідний попит.

Блогери стали кумирами, зразком наслідування не лише для підлітків, які ще «шукають себе» і якими легко маніпулювати, але й для людей різної вікової категорії та соціального статусу.

Завдяки своїм унікальним можливостям впливу, вони здатні формувати громадську думку, стереотипи мислення, світоглядно-ціннісні орієнтири користувачів інформаційних ресурсів, корегувати закладені установки та погляди на різні проблемні питання.

Актуальність теми дослідження вбачаємо в активному розвитку блогерства як суспільного явища, що значно розширює сучасний інформаційний простір та сприяє реалізації креативного потенціалу особистості. Для блогерів-професіоналів важливо доступно та якісно наповнити свій контент, щоб зацікавити та привернути увагу підписників.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Феномен блогосфери, особливості блогів, їх

класифікацію, функції досліджували І. Артамонова [2], С. Вакулєнко [4], І. Гудінова [5], Т. Гуменюк [6], Л. Ковальська [4], О. Кравченко [7], Л. Лазарева [8], О. Михайлова [9], І. Мудра [10], К. Пилипенко [2], М. Рудик [12], І. Тонкіх [15] та ін. Однак через відсутність наукових праць, присвячених вивченню авторського блогу, а саме блогерської діяльності Андрія Шимановського, виникла необхідність аналізу окресленого питання. Це й зумовило вибір теми нашого дослідження.

Постановка завдання. *Мета* статті – проаналізувати специфіку блогерської діяльності Андрія Шимановського в соціальних мережах «ТікТок», «Інстаграм», «Фейсбук» та «Ютуб». Для досягнення поставленої мети необхідно було виконати такі *завдання*: визначити суть понять «блог», «блогосфера», «блогер»; проаналізувати специфіку становлення та розвитку блогерської діяльності Андрія Шимановського; простежити особливості популяризації української мови у блозі Андрія Шимановського.

Для вирішення поставленої мети та завдань використано метод узагальнення (визначення загальних положень, що відображають основні характеристики поняття блогу та блогосфери), аналізу (пізнання досліджуваної теми через детальне і всебічне вивчення журналістських матеріалів про Андрія Шимановського), синтезу (дослідження авторського блогу шляхом системного поєднання окремих його характеристик); метод контент-аналізу (розгляд специфіки наповнення блогу Андрія Шимановського у соціальних платформах).

Виклад основного матеріалу. Сучасні науковці актуалізують свою увагу на дослідженнях українського блогерського медіапростору. Так, під блогом розуміють вебсайт або розділ вебсайту, що містить датовані записи текстового чи мультимедійного характеру, з можливістю залишати коментарі до записів та їх вільного перегляду [2, с. 242]. Блог вважають новим видом приватної віртуальної власності, який є доступним та невичерпним інформаційним ресурсом, що тільки потребує певних механізмів урегулювання «приватних інтересів» [5, с. 236].

Блоги виступають продуктом інтернет-комунікативного майданчика, оскільки безпосереднє середовище їх функціонування – віртуальна сфера [4, с. 208]. За твердженням І. Тонкіх, блоги – найбільш популярна і перспективна форма інтерактивного зв'язку, що забезпечується обміном думками, рейтингами, оцінками, коментарями, за кількістю яких визначається резонанс публікації.

Можливість коментування та постійний контакт із аудиторією – одна з обов'язкових умов існування блогу, адже нецікавий блог втрачає відвідувачів і перестає існувати [15, с. 292].

Блогер – це інтернет-користувач, який веде власний канал, сайт або сторінку. Для своїх підписників він є лідером думок у певній сфері; харизматичною особистістю, що серйозно впливає на людей різного віку [6, с. 60–61]. Однак, щоб завоювати авторитет читачів (глядачів), сучасний блогер повинен розуміти, що аудиторія відчуває щирість, цінує людські якості, тому йому необхідно бути природним (самим собою), демонструючи справжні (непідробні) емоції.

Як зазначає Т. Гуменюк, блогерство – це хобі, що сформувало індустрію [6, с. 60]. Це явище з'явилося в першій половині 90-х років, а стрімкого розвитку набуло у 2000-х роках [6, с. 61].

Блогосфера стала протилежністю принципу «тримати своє бачення при собі». Саме суб'єктивізм – визначальна риса й феномен блогів. Довільна форма та свобода вираження власного світогляду, очевидно, і є першопричиною їхньої популярності в сучасному інфопросторі [13, с. 1505]. Блогосферу можна назвати своєрідним проявом еволюції авторського «Я» [13, с. 1507].

Дослідниця М. Рудик акцентує, що одним із чинників успішності блогу є високі професійні стандарти, які впливають на імідж блогера, викликають повагу читачів. Публікуючи інформацію на сторінках власного блогу, автор формує свою аудиторію, презентує себе і свої можливості, підвищує видимість блогу в пошукових системах, а регулярні пости дають читачам привід повернутися знову, що автоматично створює рейтинг відвідуваності [12, с. 269–270].

На нашу думку, прикладом професіоналізму та унікальності є блог Андрія Шимановського – українського актора театру і кіно, музиканта, педагога з техніки мовлення. Розглянемо детальніше специфіку його блогерської діяльності.

Андрій Шимановський веде блог у соціальних мережах «Тікток» (@shymanovski), «Інстаграм» (@shymanovski), «Фейсбук» (@Андрій Шимановський) та «Ютуб» (@ShymanovskyiAndrii), знімаючи короткі навчальні (з гумористичним ефектом) відео про правильне вживання української мови, які користуються популярністю. Також проводить мовомарафони для компаній та навчає ораторської майстерності.

Блогерську діяльність Андрій Шимановський розпочав із 2020 року під час локдауну. Поставив

перед собою обов'язкову умову – знімати щось повчальне (корисне, чого ще не існує), тому й поєднав у блозі дві навички: акторське мистецтво та українську мову [3]. Саме це і характеризує Андрія Шимановського як унікальну особистість.

Почавши з інстаграму, блогер активно перейшов у тикток, і менше ніж за рік отримав понад 150-тисячну аудиторію прихильників [16]. Ми зафіксували: станом на 28.03.2023 р. у нього більше 359 тисяч підписників на тикток-сторінці (кількість вподобань його відео перетнула позначку 10 мільйонів), майже 220 тисяч – в інстаграмі, 46 тисяч – у фейсбуці, понад 4 тисячі підписників у ютубі. Як стверджує автор, у різних соцмережах у нього різна аудиторія: найбільша – у тиктоці (переважно юнацтво, школярі і дорослі люди аж до пенсіонерів); у фейсбуці це передусім дорослі люди – від 35 років; в інстаграмі найбільше підписників віком від 18 до 25 років [16]. Окрім навчання в мережі, Андрій Шимановський активно викладає техніку мови та пропонує своїм підписникам навчальні курси, проводить власний освітній «мовний марафон».

У ютубі блогер начитав реп-трек «Жук-жучок» (станом на 28.03.2023 р. зафіксовано 89 тисяч переглядів). Назвав його «піснею-чистомовкою», бо складена спеціально зі складних для вимови конструкцій, і добре підходить для тренування дикції. Підписники номінують її логопедичною чистомовкою. Саме цей веселий трек приніс Андрію Шимановському додаткову популярність і багато для кого автор асоціюється саме із цією піснею. Зараз блогер майже не веде ютуб-канал, адже, на його думку, монтаж об'ємного та тривалого відео є складним процесом та забирає багато часу [11], тому він переключився на блог тиктоку та інстаграму. Формат коротких відео у названих платформах зручний та охоплює велику аудиторію. Також є можливість прив'язувати свої профілі.

Зазначимо, що сьогодні ведення блогу (відео-блогу) – це не лише особистий розвиток і самореалізація, але й ефективний спосіб ведення бізнесу та заробітку. Коли в Андрія Шимановського запитали в ефірі шоу «Твій день» на телеканалі «1+1», чи заробляє на своїх відео у мережі «Тікток», він відповів: «Загалом я викладач з техніки мови, допомагаю людям опанувати українську своїм голосом та дикцією. Деякі доволі відомі бренди замовляли в мене мовні марафони. Якщо мені поступають звичайні запити на рекламу, я за це не беруся. А якщо це щось навчальне та корисне – чому ні?» [3]. В інтерв'ю із журналіст-

кою «Радіо Свобода» блогер стверджує, що його головна мета – зробити свої курси максимально доступними, адже в школі такої техніки мови не навчають. «Я встановив доволі доступну ціну – це собі може дозволити кожен – і студент. У мене є на кожному наборі безплатні місця» [14].

Варто зауважити, що Андрій Шимановський активно долучається до збору коштів для потреб Збройних сил України (ЗСУ). Так, на своїй інстаграм-сторінці блогер прозвітував: у 2022 році через продаж мовного марафону було зібрано 3 мільйони 220 тисяч гривень, а також понад 400 тисяч гривень через проведення благодійних зборів.

Позитивним, на наш погляд, є те, що блогер успішно використовує соцмережі для створення корисного (освітнього) українськомовного контенту. Його експрес-уроки допомагають не лише запам'ятати правильне наголошування слів, визначити їх значення та нормативні відмінкові форми, а ще й побороти росіянізми у розмовному мовленні та поліпшити дикцію.

Андрія Шимановського журналісти називають популяризатором (амбасадором) української мови у соціальних мережах [1; 11; 14]. Його аудиторія – небайдужі люди, які розуміють важливість мовних норм у щоденному спілкуванні, та хочуть «прокачати» українську в простому, але цікавому форматі. Свою місію блогер вбачає в допомозі країні через покращення побутової української мови [1].

Слід зазначити, що Андрій Шимановський народився у Житомирській області, де його оточення спілкувалося переважно суржиком. Літературна українська мова, якою волів розмовляти популярний у майбутньому блогер, викликала непорозуміння. Вступивши на акторський факультет Київського національного університету театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого, заручився підтримкою доцента кафедри сценічної мови Олександра Завальського. Той, окрім викладацької діяльності, довгий час працював на студіях дубляжу, як режисер та актор з озвучування й дублювання художніх, телевізійних, науково-популярних, документальних і мультиплікаційних фільмів. Саме Олександр Завальський поставив Андрію голос, дикцію, пояснив закони і принципи мовлення та прищепив любов до літературної української мови. Зараз ці знання учень активно поширює в соціальних мережах [1].

Андрій Шимановський проводить інтенсив під назвою «Мовний марафон», де викладає основні

правила та техніку мови. Курс спрямований на вивчення чотирьох тем: дикція, дихання, голос та орфоепія [1]. Блогер створив навіть окрему сторінку в соцмережі «Інстаграм» під назвою «Школа техніки мови» (@movnyimarafon_info), де кількість читачів станом на 28.03.2023 р. перевищує 22 тисячі. До програми мовного марафону входять: комплекс вправ та методик для вивчення української мови та чистки від суржиків; пряма трансляція; відеоуроки, спрямовані на розвиток дикції, дихання та голосу; домашні завдання; розмовний клуб (насамперед для тих, кому не вистачає спілкування українською в своєму оточенні); аналіз вашої мови; етер із психологом про перехід на українську; вокальний майстер-клас; майстер-клас публічного виступу; мовний марафон FM тощо. Основна мета марафону – зробити звичкою працю над своєю мовою (мовленням).

Отже, мовомарафон – це короткий курс, що складається з уроків і прямих ввічкень, практичних завдань. Програма розроблена для людей, які мають небагато вільного часу, тобто 15 хвилин на день [14].

Зупинимося детальніше на характеристиці блогерської діяльності Андрія Шимановського у соціальних мережах «Тікток», «Інстаграм» та «Фейсбук».

Як показав аналіз, його блог складається із публікації відеофайлів, які пропонують неординарний спосіб вивчення української мови. Як зазначає автор, 80% контенту створює сам, а частинку йому допомагають друзі [11], які також виступають героями багатьох відеороликів. Кожне відео має свій сюжет – різноматичну жартівливу ситуацію, яку Андрій Шимановський із іншими персонажами вміло розігрують, та відповідне мовне правило (обов'язково хтось із героїв виправляє помилки іншого, демонструючи свою лінгвістичну майстерність).

Розглянемо на прикладах:

Ситуація на тренуванні. Тренер неправильно наголошує слово: замість *спіна* говорить *спина́*. Андрій його виправляє. Далі вони декілька разів, уже підспівуючи, повторюють слово вже із правильним наголосом.

Ситуація в магазині. Уляну цікавить думка Андрія щодо вибору одягу. Вона запитує: *Як на рахунок цієї кофти? Як на рахунок цих підборів? Як на рахунок цієї сукні?* Андрій виправляє: *На рахунок магазину перекажу кошти*. А якщо йдеться про сукню, то правильно казати: *Як щодо цієї сукні?* Потрібно замінити нехарактерну для

української мови прийменникову конструкцію *на рахунок* (чого) на стилістично кращий варіант: *щодо* (чого).

Ситуація в перукарні. Блогер підписує відео: дістаю людей. Перукар питає Андрія, що робити з *чолкою*, на що той обурюється і відповідає: правильно говорити *чубчик*. Нормативно – *скроні*, а не *віскі* (адже йдеться не про алкогольний напій); *потилиця*, а не *затилок*; *гребінець*, а не *розчьоска*. Перукар відмовився стригти Андрія і для заспокоєння попросив налити йому віскі.

Ситуація на вулиці. Андрій стоїть біля незнайомого чоловіка і читає його думки, тобто виправляє мовні огріхи: *заботи – турботи; ламé – лате; мечтать – мріяти*.

Зауважимо, що кожен блогер має певну мету ведення сторінок у соціальних мережах, обираючи для цього власну стратегію й тактику, однак усіх об'єднує бажання знайти свою глядацьку/читацьку аудиторію та збільшувати її. На наш погляд, нестандартність блогу Андрія Шимановського полягає у вдалому поєднанні освітніх та розважальних компонентів. Сам автор, як видно із прямих трансляцій та відеороликів, відзначається відмінним почуттям гумору, інтелектуальністю, креативністю, ввічливістю та відповідальністю, а головне – щирістю.

Цікавою та актуальною є відеопублікація, де блогер пояснює сленгові неологізми ЗСУ своїй подрузі, яка неправильно (та ще й кумедно) трактує значення невідомих слів, керуючись власним асоціативним рядом. Андрій Шимановський вказує, що секретних слів у відео немає, а цю інформацію можна знайти на найбільших медіаресурсах України. Порівняймо:

1. *Маслят вистачає*. Маслята – це патрони.

2. *«Огірки», «моркви», «кабачки» теж підвозять*. Подруга розуміє цю фразу буквально і запитує, чи вони (військові) борщ готують. Насправді *«огірки», «моркви», «кабачки»* – боеприпаси до ПТРК (протитанковий ракетний комплекс), СПГ (станковий протитанковий гранатомет) та РПГ (ручний протитанковий гранатомет).

3. *А як треба, то лимони кидаємо*. Подруга питає, чи в чай кидають. *«Лимон», «лимончик» (пестливе найменування)* – це граната.

4. *Зараз уже краще. Давлю на масу*. Подруга запитує в Андрія, чи його друг займається у тренажерному залі. Той зі сміхом пояснює: *«Давити на масу»* – міцно спати.

5. *Гаразд, давай. Уже «Наталка» під'їжджає*. *«Наталка»* – УРАЛ (вантажівка підвищеної прохідності).

Зафіксовано й те, що у соцмережах Андрія Шимановського превалюють відеоролики, зняті на вулицях різних міст та об'єднані темою «Інспектор української мови». Простежимо на прикладах.

1. Святковий інспектор української мови у Львові. Андрій підходить до людей і питає, як правильно писати слова *різдвяний* (із апострофом чи без апострофа), *Святвечір* (разом, через дефіс чи окремо), який правильний наголос у слові *олень* чи *олéнь* (правильно *олень*). Якщо відповідають правильно, то отримують солодощі.

2. Інспектор українського діалекту. У центрі міста (не вказано назву) намагається дізнатися в перехожих, що означає слово *трафунок* (випадок). Андрій також питає значення діалектних слів із варіантами відповідей: *сподні* – це: 1) зимова куртка; 2) штани; 3) взуття; *легуміни* – це: 1) жаби; 2) солодощі; 3) трамваї. За правильну відповідь (*сподні* – штани; *легуміни* – солодощі) пригортає цукерками. Солодкий подарунок отримують і ті, хто правильно називає три синоніми до слів *красивий*, *великий*. Підписникам пропонує свої варіанти відповідей написати в коментарі та впізнати місто.

Зазначимо: Андрій Шимановський вважає, що діалект потрібно вивчати на рівні з українською мовою, натомість суржик необхідно викоринювати зі свого лексикону. В одному із відеороликів про «екскурсоведа» (правильно – *екскурсовода*) Ларису (комізм у тому, що роль героїні виконує переодягнений Андрій Шимановський) пояснює різницю між діалектом і суржилом: суржик – це коли ти намагаєшся говорити українською або російською, але не знаєш жодної з цих мов. Андрій стверджує, що на відміну від діалектів, які мають регіональні особливості та норми (їх досліджують мовознавці, укладають словники), фактично суржикової мови не існує, бо її ніхто не кодифікував.

3. Інспектор української мови у Чернівцях. Питає людей:

Скільки в українській мові слів? Варіанти відповідей: 1) 10 000; 2) 150 000; 3) 250 000. Правильний варіант – 256 000.

Скільки літер в українській абетці? Варіанти відповідей: 1) 30; 2) 31; 3) 32; 4) 33. Правильно – 33 літери.

Як назвати мешканців Тернополя? Варіанти відповідей: 1) тернополяни; 2) тернопільчани; 3) тернопільці. Правильна відповідь – тернополяни.

4. Інспектор української мови у Варшаві. Питає перехожих, як правильно сказати: *на*

Україні чи *в Україні* (нормативно – *в Україні*); *ідея спала на думку* чи *прийшла в голову* (правильний варіант – *спала на думку*); *білет* чи *квиток на поїзд* (у цьому контексті правильно – *квиток*).

5. Інспектор української мови у Києві: кавовий урок. Питає людей, як нормативно: *капучіно* чи *капучино* (правильна форма – *капучино*); *експресо* чи *еспресо* (правильно – *еспресо*). Блогер просить визначити рід слова *кава* (уніфіковано – жіночий рід). За правильні відповіді пригортає кавою. Під відео автор також пояснює правило написання іншомовних слів.

На нашу думку, такі короткі відеоролики виконують не лише атракційну функцію, але й можуть слугувати своєрідними лайфхаками, ілюстраціями на уроках української мови, адже містять навчальну інформацію – мовні правила, представлені у доступній і розважальній формі.

Так, у підручнику для 5 класу «Українська мова» (Онатій А. В., Ткачук Т. П. Українська мова: підручник для 5 кл. закладів загальн. середн. освіти / А. В. Онатій, Т. П. Ткачук. Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2022. 306 с.), рекомендованому Міністерством освіти і науки України (наказ від 08.02.2022 р. № 140), вже є вправа (на сторінці 8), у якій запропоновано учням проаналізувати відео з соцмережі «Тікток» (автор – Андрій Шимановський) і визначити правильний варіант. Порівняймо:

Відео 1 (для зручності запропоновано QR-код із посиланням на відео в соцмережі Андрія Шимановського): 1. Як правильно сказати: *На Україні* чи *в Україні*? 2. Який наголос правильний: *залишити* чи *залишиИти*? 3. Як правильно сказати: *підводити підсумки* чи *підбивати підсумки*?

Вважаємо, що блог Андрія Шимановського – це корисна знахідка для легкого (в невимушеній формі) вивчення правил української мови, постановки голосу, тренування дикції, засвоєння особливостей мовного (мовленнєвого) етикету.

Висновки і пропозиції. Отже, проведене дослідження дає підстави стверджувати, що Андрій Шимановський успішно використовує сучасні соціальні мережі для створення корисного українськомовного контенту. Його відеоблог характеризується професіоналізмом та унікальністю, а тому популярний серед масової аудиторії; виконує інформаційну, освітню, розважальну, атрактивну функції. Короткі відеоуроки допомагають не тільки запам'ятати правильне наголошування слів, але й побороти суржик у щоденному мовленні, позбутися слів-паразитів, поставити голос, покращити дикцію, дотримуватися мов-

ного етикету. Можуть слугувати дидактичним матеріалом на уроках української мови, адже саме в жартівливій формі учні краще засвоюватимуть правила.

Для активного залучення цільової аудиторії, блогер постійно вдосконалює контент, продумує

цікаві динамічні відеосюжети, акцентує увагу на тих нормах української мови, які є актуальними, чи найбільш проблемними.

Перспективним для подальших досліджень вбачаємо аналіз контенту місцевих блогерів на дотримання мовних норм.

Список літератури:

1. Андрій Шимановський. URL: <https://concert.ua/uk/talent/andriy-shymanovskyj> (дата звернення: 26.03.2023).
2. Артамонова І. М., Пилипенко К. О. Блог-записи як жанр інтернет-комунікації. *Психолінгвістика*. 2012. Вип. 10. С. 241–246.
3. Блогер Андрій Шимановський дає уроки української в ТікТок: читає реп, ставить дикцію і правильні наголоси. URL: <https://1plus1.ua/tvij-den/novyny/blogger-andriy-simanovskij-pidkoriv-tiktok-svoimi-urokami> (дата звернення: 26.03.2023).
4. Вакулєнко С. В., Ковальська Л. А. Активізація блогу та інформаційна діяльність в мережі Інтернет. С. 207–211. URL: <https://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/view/12101/11976> (дата звернення: 26.03.2023).
5. Гудінова І. Л. Блог-блогер-блогосфера в психологічних дослідженнях. *Молодий вчений*. 2015. №2. С. 235–248.
6. Гуменюк Т. Сучасний блогерський медіапростір. *Український інформаційний простір*. 2022. № 1(9). С. 57–68.
7. Кравченко О. Л. Особливості блогів українських інтернет-ЗМІ. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2021. Том 32 (71), № 2, Ч. 2. С. 221–225.
8. Лазарева Л. М. Блог як надсучасний засіб масової комунікації. *Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури*. 2010. Вип. 25. С. 151–159.
9. Михайлова О. Українська блогосфера як територія репрезентації моделей громадянської ідентичності. *Політичний менеджмент*. 2013. № 1–2. С. 164–171.
10. Мудра І. Класифікація журналістських блогів. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія «Журналістські науки». 2019. Вип. 3, № 910, С. 76–80.
11. Руда Д. Андрій Шимановський: «українофіл» з ТікТок-у. *Накипело*. 7 квітня 2021. URL: <https://nakipelo.ua/andriy-shymanovskij-ukrainofil-z-tiktok-u/> (дата звернення: 26.03.2023).
12. Рудик М. Журналіст-блогер на сучасному інформаційному ринку: секрети майстерності. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2017. Вип. 42. С. 267–272.
13. Савчук Р. Л., Іванків Н. П. Проблема ідентифікації блогосфери як окремого жанру журналістики та ключові особливості створення блогів. *Сучасний рух науки* : тези доп. VII міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 6–7 червня 2019 р. Дніпро, 2019. С. 1503–1510.
14. Савчук Т. Українська мова як життєва місія. Як відеоблогер у TikTok популяризує її серед молоді? *Радіо Свобода*. 17 лютого 2021. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/tiktok-i-populyarizacija-ukrajinskoji-movu/31091727.html> (дата звернення: 26.03.2023).
15. Тонкіх І. Журналістські блоги як форма впливу на громадську думку в українських інтернет-ЗМІ. *Психолінгвістика*. 2012. Вип. 11. С. 290–297.
16. «Я не хочу, щоб всі говорили однаково», – Тік-Ток-блогер Андрій Шимановський (інтерв'ю). *Конкурент*. 15 серпня 2021 р. URL: <https://konkurent.ua/publication/78990/ya-ne-hochu-schob-vsi-govorili-odnakovo-tik-tok-blogger-andriy-shymanovskiy-intervu/> (дата звернення: 26.03.2023).

Savchuk R. L., Shevchuk H. I. BLOGGER ACTIVITY OF ANDRII SHYMANOVSKIY

The article deals with the essence of the concepts “blog”, “blogosphere” and “blogger”. Blogging is seen as a social phenomenon that greatly enlarges the contemporary information realm and fosters the exploration of an individual’s creative abilities. For professional bloggers, it is important to fill their content in an accessible and high-quality manner in order to interest and attract the attention of the target audience.

The purpose of the research is to analyze the peculiarities of Andrii Shymanovskyi’s blogging activity on the social media platforms “TikTok”, “Instagram”, “Facebook” and “Youtube”. The work employs several methods, including generalization to determine the overarching principles that reflect the main characteristics of the concept of a blog and the blogosphere, analysis to gain knowledge of the research topic through a detailed and comprehensive study of journalistic materials about Andrii Shymanovskyi, synthesis to study the author’s blog by systematically combining separate characteristics, and content analysis to consider the specific content of Andrii Shymanovskyi’s blog on social media.

Analysis of the peculiarities of the formation and development of Andrii Shymanovskyi's blogging activity has demonstrated that the blogger effectively utilizes modern social media platforms such as TikTok, Instagram, Facebook and Youtube to create useful, educational content and promote the Ukrainian language. His blog performs informative, educational, attractive and entertaining functions. Original short videos not only help with learning correct word accentuation, meaning, and normative case forms, but also aid in overcoming slurs, eliminating parasitic words in everyday speech, and more. Additionally, they attract attention with their uniqueness, often containing interesting plot elements, and evoke positive emotions.

It was found that the analyzed video publications of Andrii Shymanovskyi can serve as a kind of life hack and illustrative educational material in Ukrainian language classes. The humorous form of these videos can help students better learn language norms and improve their oral and written communication skills.

Key words: *blog, blogosphere, blogger, social media, content, Andrii Shymanovskyi, Ukrainian language, language norms.*