Міністерство освіти та науки України

Державний вищий навчальний заклад

«Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»

Факультет філології

Кафедра журналістик

Потятинник Б.В

**Блогінг**

**ХРЕСТОМАТІЯ**

***для студентів ІV курсу спеціальності «Журналістика»***

***денної форми навчання***

Івано-Франківськ

2019

Блогінг : хрестоматія до дисципліни /Потятинник Б.В – Івано-Франківськ : ПНУ, 2019. – с. 16.

У хрестоматії подано матеріали для підготовки практичних занять, самостійної та індивідуальної роботи з навчальної дисципліни «Телевиробництво».

Для студентів ІІІ курсу спеціальності «Журналістика» денної форми навчання.

© Русиняк А.І 2019

**ЗМІСТ**

**І СЕМЕСТР**

**ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 1**

Перспективи лінгвістичних досліджень блогів……………..………………………………………………………………**.3-6**

**ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №2**

Функції блогу **……………………….......................................................6-8**

**ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 3**

Мова блогу……………………………………………………….**8-10**

**ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 4**

БЛОГИ ЯК НОВІТНІ ДЖЕРЕЛА

БІОГРАФІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ **……………………………………………………………………..10-12**

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**……………………………**17**

**ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТТЯ № 1**

**Перспективи лінгвістичних досліджень блогів.**

**http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/32521/1/31-128-131.pdf**

Чи не найбільш багатогранним явищем сучасної комунікації, дотичним до усіх сфер життєдіяльності людини у сучасному технологічному світі є блог.

З’явившись наприкінці 20ст., ця форма комп’ютерноопосередкованого спілкування набула масштабного поширення і впевнено зростає в Інтернет просторі і нашої країни. За дослідженням Яндекса ще у 2011р. українські користувачі Інтернету зареєстрували 1,1 млн. блогів, що свідчить про річне зростання на 57% порівняно з 2010 роком. Відповідно до статистики Yahoo 2013р. 6,7 млн. публікують блоги на спеціальних веб-сайтах, а ще 12 млн. дописувачів користуються різними соціальними мережами . Популярність та чисельність блогів зумовлена демократичністю та інтерактивністю, різноманітністю тематики та стилю, свободою висловлювання та застосування мовних засобів, а також широкою відкритістю і доступністю. Наявні безкоштовні програми знизили бар’єри для аматорських публікацій та ведення особистого електронного щоденника. Термін «блог» походить від англійського weblog («мережевий бортовий щоденник»). Скорочення blog, запропоноване П.Мерхольдзом, використала компанія Pyra Labs, що відкрила перший блог-портал Blogger.com. у 1999році, на позначення певного типу сайту і як дієслово зі значенням «вести блог». Поряд з веблогом попередником блогу є мережевий щоденник (online diary/ journal), першим автором якого вважають К. Пінханеса, котрий публікувався з 1994р. на сайті MIT.

Стрімкий розвиток Мережі сформував ідеальний комунікативний простір для розвитку інтернеткомунікації, однією з найскладніших та багатофункціональних форм якої став блог. Блогосфера, сукупність усіх блогів (термін запропонував Б.Гереет 1999року), як основне комунікативне середовище в Мережі стала об’єктом досліджень у різних галузях науки. Огляд напрямків дослідження блогу та окреслення перспективи вивчення мовних аспектів цієї масової форми інтернет-комунікації є метою статті. I. Блог як гіпержанр інтернет-комунікації

Відповідно до тлумачних словників блог – це вебсайт, на якому користувач може роздумувати, ділитись думками та обговорювати різноманітні теми у формі електронного щоденника, а читачі мають змогу коментувати дописи, що з’являються у зворотно хронологічному порядку. А. Брунс та Дж. Джейкобс підкреслюють вузькість базового визначення блогу у зв’язку з широким спектром сфер його застосування, а також потребу вживати відповідні специфікатори і говорити про субжанри, зокрема блог-щоденник, корпоративний блог, науковий блог, блог спільноти та ін. В межах теорії жанрів та інтернет-лінгвістики розвивається віртуальне жанрознавство. З-поміж поширених термінів-синонімів на позначення жанру інтернет комунікації (електронний жанр, дигітальний жанр, мережевий жанр, гіпержанр, інтернет-жанр, жанровий формат віртуального дискурсу, цифровий жанр, комунікативний сервіс Інтернету) О.Горошко надає перевагу терміну «віртуальний жанр», котрий зустрічаємо і в працях О.Лутовінової та Л.Компанцевої. За визначенням О.Горошко, віртуальний жанр – це вербально-знакове оформлення типової ситуації соціальної взаємодії через мережу інтернет [2]. Аби передати багаторівневу структуру жанрової системи інтернет-комунікації, використовуючи підхід К. Седова [7] , дослідниця виділяє три пласти – гіпержанр, жанр, субжанр і можливий подальшій поділ на жанроїди. О.Жигаліна називає гіпержанрами сайт, блог, соціальну мережу, електронну бібліотеку; жанрами виступають форум, електронний лист, чат, дошки оголошень, рекламні банери, комунікація за допомогою програм миттєвого обміну повідомленнями, пост, коментар; до субжанрів відносяться флейм, креатіфф, флуд тощо [3,с.213].

О.Лутовінова розділяє віртуальні жанри на дискурсотворчі (виділяються на основі критеріїв структурності та композиційності) та дискурсонабуті (вербальне оформлення типової ситуації соціальної взаємодії людей) [5,с.285]. До першого типу відносяться електронний лист, форум, чат, гостьова книга, блог, СМС, миттєві повідомлення. Дискурсонабутими вважаються флейм, мережевий флірт, креатіфф, флуд, спам, послання, віртуальний роман. Дискурсотворчі жанри визначаються параметрами організації комунікації, а саме : спрямованість на адресата (персональний – масовий), часова орієнтація ( синхронна – асинхронна), ступінь інтерактивності (низька – висока), регламентованість форми і змісту, принцип взаємодії (один – одному чи багатьом). Розуміючи блог як дискурсотворчий віртуальний жанр О.Лутовінова підсумовує два напрями його функціонування – як сторінки чи сайту посилань або стрічки новин певної тематики з можливістю коментувати ці новини та посилання (куди відносяться тематичні сайти колективного авторства), а також як особистий мережевий щоденник (список записів в хронологічному порядку з коментарями) [5,с.198-200]. Враховуючи стиль і жанр електронних щоденників, дослідниця виокремлює 4 групи:

1) ті, що описують реальне життя і переживання автора,

2) щоденник-альбом/ блокнот, що збирає посилання,

цитати, вірші і т.д.,

3) щоденник-проект для

популяризації відомої особистості чи проведення

певних досліджень,

4) щоденник-спільнота, що

ведеться багатьма авторами і схожий на форум [5,с.

206-207].

З позицій діалогічності інтернет-щоденник є асинхронною формою комунікації, що структурно може складатись лише з ініціальної фази (запис автора як ініціальний жанр), хоча й орієнтований на аудиторію, може залишитись без відповіді (коментарі виступають реактивним жанром). Р.Блад основними характеристиками блогу вважає часте поновлення, значну кількість посилань та високий рівень соціальної інтерактивності. Дослідниця виділяє три типи блогів: фільтри, щоденники та записні книги [8 ]. С. Херрінг вважає блог гібридним жанром, підкреслюючи технологічний аспект у його жанроутворенні[10 ]. Структурно блог є багатошаровою формою представлення інформації, адже поєднує різні засоби вираження: текст, аудіо, відео, фото. Невербальні компоненти можуть виконувати самостійну інформативну функцію чи доповнювати вербальні. Залежно від типу медійності блоги класифікують на текстоблоги, відеоблоги, фотоблоги, аудіоблоги, подкаст, усі вони хоча і за допомогою різних засобів виконують комунікативну функцію.

**ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 2**

**Функції блогу**

Загалом як явище масової комунікації блокування (блогінг, ведення блогу та коментування ) виконує усі комунікативні функції: інформаційну, спонукальну,

комунікативну, пізнавальну, емотивну, впливову, контактну – та чи інша функція превалює у різних жанрах та тематичних видах блогів. Технічна простота, загальна доступність платформ Мережі, орієнтованість на широку читацьку аудиторію, свобода стилю, фактична відсутність обмежень для дописувачів роблять блог популярним майданчиком для поширення інформації, вираження власних роздумів та нових ідей, обговорення суспільно-важливих тем. Найпопулярнішою платформою серед українських блогерів є LiveJournal.

На таких загальнодоступних платформах знаходимо блоги різної тематики, індивідуального чи колективного авторства, значну частку серед них

становлять мережеві щоденники. Типовим стало створення блогів інтернетвиданнями, що дає змогу відомим людям, громадським діячам, журналістам та письменник публікувати своє бачення, пропозиції та інформувати читачів. Блоги на платформі електронних медіа ресурсів визначаються більшою інформативністю, контрольованістю та фактологічністю. Хоча блогерами виступають не лише професійні журналісти чи письменники, тексти таких блогових платформ відповідають літературнопубліцистичному жанру. Окремим видом блогу можна вважати платформи, започатковані партіями, громадськими організаціями, освітніми інституціями, компаніями чи товариствами, найчисельнішим серед них є корпоративний блог.

Особливо цікавим для широкого лінгвістичного дослідження є мережевий щоденник – оригінальний жанр комп’ютерно-опосередкованої комунікації, який попри деяку схожість із традиційним щоденником (стислісь, фрагментарність, абстагованісь, афористичність, непослідовність, присутність

побутових деталей в тій чи іншій мірі присутні у електронних щоденниках) характеризується інтерактивністю і діалогічністю, а також спрямованістю на читача. Саме це дозволяє визначити його базову функцію – самопрезентація автора. «Ведення мережевого щоденника – не стільки потреба роздумів та саморозкриття, скільки нова форма самоактуалізації та самоутвердження шляхом спілкування» [ 5,с. 204]. Проаналізувавши приватні початкові записи блогів, О.Лутовінова вирізняє дві характерні інтенції авторів: вирішити певну проблему шляхом обговорення у блозі або ж відсутність конкретної мети, тобто бажання спробувати нову форму спілкування, що свідчить про ставлення до

блогу як до комунікативного майданчика та способу самовиразитись. Саме назва блогу, що покликана привабити та зацікавити читача, є одним із засобів

самопрезентації. Комунікативними засобами самопрезентації є самі пости блогів та коментарі. Блог іноді називають персональним ЗМІ, де, слідуючи моделі «один – багатьом», індивід повідомляє свої думки світу, знайомим і незнайомим автору читачам. К.Плещенко зазначає, що блоги завдяки своїм

властивостям виконують функції колективної ідентичності (об’єднання авторів за життєвими позиціями та інтересами), психотерапевтичну (емоційна оцінка фактів), авто комунікативну (особистий вибір форми спілкування) [6,с.98].

Розглядаючи блог крізь призму психології Р.Блад підкреслює його роль у самоусвідомленні та збільшенні впевненості автора. Стофер називає терапевтичну функцію блогу, оскільки він дає можливість виразитись та отримати визнання і підтримку. Багато блогерів сприймають ведення блогу та

читання блогів як розвагу та спосіб соціалізації, проводячи багато часу в Мережі, шукають однодумців, налагоджують контакти. Тобто можемоговорити про розважальну та контактну функції

блогів. За словами А.Брунс та Дж.Джейкобс, блоги спричинили зсув медіа, що продукують бачення суспільства для споживання відносно пасивною аудиторією до особистих медіа, де користувачі є активними творцями спільного розуміння суспільства, а ці медіа є відкритими для нових

учасників, готових до розвитку і викликів і таким чином бути безперервними співтворцями, і це явище не може не мати глибокого впливу на наше майбутнє

[9,с.7]. Адже більшість блогів створюється як реакція на суспільно важливі події, для обговорення значущих процесів та реакції на актуальні проблеми,

про що свідчать контент аналізи блогосфер, зокрема аналіз української блогосфери, проведений К. Плещенко, показує, що превалюють проблемизовнішнього світу – економіки, політики, культури [

6].

Прикладом може слугувати блог про руйнівний ураган Катріна у США, роль якого в інформуванні спільноти, обміні інформацією, мотивуванні влади

діяти відзначали науковці різних галузей. Отож, враховуючи тематичну спрямованість блогів, можна виокремити серед них соціальні щоденники, котрі

дослідники називають проявом громадянської журналістики. Окрім спонукальної функції суспільно-значущі блоги, зокрема політичні, виконують певну маніпулятивну роль. Американські науковці

називають блоги ключовим компонентом політичних медіа, технологічним, мотиваційним та організаційним інструментом політичної комунікації,

частиною соціальної культури, оскільки вони завдяки аурі свободи та автентичності наближають політику до людей, а також провокують відповідь [11].

Зростають освітні блоги, котрі окрім інформативних функцій виконують навчальну, зокрема у сфері вивчення іноземних мов блоги слугують дискусійним майданчиком, що дає змогу учням тренувати навики мовлення, а вчителям перевіряти ці навики. Аналіз блогосфер засвідчує появу блогів і в інших сферах (маркетинг, юриспруденція, громадськіт зв’язки тощо), а також їхній внесок у розвиток відповідних галузей, що, звичайно, вимагає

різностороннього вивчення науковцями.

**ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 3**

**Мова блогу**

Особливості мови у блогах зумовлені його жанровою специфікою: технічний аспект, асинхронна діалогічність, інтертекстуальність, візуальність, публічність та автентичність. Більшість блог-платформ надають користувачам

повну свободу висловлювання, певного регламентування зазнають блоги медійних ресурсів та організацій, зокрема у жанрі посту, жанр коментарів залишається неформалізованим у будь-яких блогах. Саме тому тексти блогів демонструють природність та наближеність до розмовної сучасної мови, а також персоніфікований стиль. Багато дослідників схильні називати мову блогів усно-писемною, що особливо проявляється у текстах коментарів, оскільки тексти постів здебільшого нагадують літературнопубліцистичні жанри і відповідають нормамт літературної мови. На думку І.Артамонової та К.Пилепенко, у блогах спостерігається поєднання і змішування стилів

фамільярних (у постах адресованих потенційно великій аудиторії) та інтимних (у коментарях та відповідях на коментарі, призначених певному

адресату) [1]. Тексти блгогів є авторськими творами, які містять суб’єктивне бачення і насичені експресивними засобами, вибір яких на усіх рівнях

мови залежить від жанру блогу та сфери функціонування. «Аналізуючи щоденники з точки зору їхніх авторів, можна констатувати, що вони нічим не відрізняються від мови, характерної для інтернет-комунікації в цілому, зазнавши певних функціональних змін. Використання або нехтування тих чи інших мовних засобів та граматичних правил в межах конкретного

блогу залежить лише від мовного смаку його автора» [5,с. 218]. Тому персональні мережеві щоденники представляють буденний дискурс перенесений у простір віртуальної комунікації.

На лексичному рівні мова блогів нетабуйована і вирізняється оцінною та розмовною лексикою, фразеологізмами, мовними кліше, стійкими

сполуками, вживанням термінів залежно від тематичного спрямування блогу, містить скорочення та відхилення від мовних норм. Розмовна лексика, сленг, жаргонізми, просторіччя, вульгаризми, вигуки, слова з емоційно-експресивною

конотацією, стилістичні засоби (метафора, метонімія, порівняння, евфемізм) слугують маркерами емоційності текстів блогів.

На синтаксичному рівні можна спостерігати певнийаграматизм, тяжіння до простих речень та стилістично-навантажених структур, а це окличні

речення, еліпси, повтори, паралелізм, спонукальні конструкції, вставні одиниці, риторичні запитання. Хоча у медійних блогах автори синтезують

нейтрально-стилістичні та експресивно-емоційні елементи, відповідаючи усій синтаксичній складності літературної мови.

Ще одним засобом експресії та механізмом вливу й навіть маніпуляції є присутність у блогах прецедентних текстів та імен як у заголовках постів,так і в самих постах у чистому чи трансформованому вигляді. Характерною особливістю блогів є вживання неологізмів та слів іншомовного походження,

особливо в україномовній та російськомовній блогосферах присутні англіцизми та неологізми, утворені від англійських лексем ( забанити, постити,

зафрендити) . Прикладом таких продуктивних лексем може слугувати blog (блогінг, блогування, блогер), web (вебінар, веб-сайт, вебтренд). В україномовній блогосфері спостерігаємо значну присутність русизмів, що передає реальний рівень володіння мовними нормами блогерів, а також впливросійськомовного середовища. Зустрічаємо також авторські неологізми чи то свідоме перекручування слів (країнці, рівня, хвентезі). Будучи формою інтернет-комунікації тексти блогів, як й інші жанри є креалізованими. Основою текстових блогів є вербальні засоби вираження, проте вони доповнюються невербальними, візуальними елементами (емотікони, аватари, смайлики,

ілюстрації), що розширює можливості автора самовиразитись і реалізувати комунікативні функції.

**Практичне заняття № 4**

**БЛОГИ ЯК НОВІТНІ ДЖЕРЕЛА**

**БІОГРАФІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ**  [Вернік Ю.](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=A=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%92%D0%B5%D1%80%D0%BD%D1%96%D0%BA%20%D0%AE$) **Блоги як новітні джерела біографічної інформації** / Ю. Вернік // [Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=JUU_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=IJ=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%9670113). - 2011. - Вип. 31. - С. 626-632.

У У сучасних умовах інформаційні технології стають все більш вагомим чинником змін розвитку як суспільства в цілому, так і кожної окремої людини. Тотальне залучення до «всесвітньої павутини» видозмінює спосіб життя – час, який раніше б витрачався на себе та на безпосереднє між особове спілкування, займає Web-сьорфінг, пошук інформації та мережеві контакти. Письмову і усну мову заміщує мова друкована, іконографічна, що особливо відчутно при спілкуванні підлітків і молоді.

Такі зміни безпосередньо викликають й нові проблеми у різних наукових галузях, зокрема біографістиці. Адже, традиційне листування й ведення щоденників у середовищі сучасної людини майже припинилося, хоча саме подібні джерела біографічної інформації складають базу для реконструювання історії життя особистості. В. Пелевін, аналізуючи проблеми сучасного суспільства в одному зі своїх творів, досить точно

назвав сучасність часом «розвиненого постмодернізму», тобто час цитат (в найширшому розумінні) з попередніх цитат, які абсолютно відірвані від першоджерела й стерті до абсолютної анонімності, «режимом анонімної диктатури» [2, с. 273].

Разом із тим, міжособове спілкування, листування й ведення

щоденників у сучасному інформаційному просторі не зникає, а суттєво трансформується. Сьогодні вже набули широкого суспільного розповсюдження мобільна і IP телефонія, сервіси типу Skype, SMS, e-mail, ICQ, Chats, соціальні мережі типу «Vkontante», «Odnoklassniki», «Facebook» тощо.

Одним з найновіших явищ у сфері інформаційних технологій є WebLogs або блоги, тобто он-лайнові інтернет-щоденники. Кожного дня кількість щоденників у світі збільшується на 60–70 тис., однак таких що продовжують стабільно оновлюватись в сотні разів менше. На початок 2010 року у світі нараховувалося близько 400 млн блогів, з них в російсько-українському сегменті мережі – більше 12 млн (дослідження Technorati і ФОМ відповідно) . Виокремлюючи даний сегмент із загального обсягу

інформації, спробуємо висвітлити наступні фактори:

· по-перше, більшість користувачів україномовної частини Інтернету вільно володіють російською мовою (на відміну від англійської) й також є користувачами Ру-нет;

· по-друге, на сьогодні майже не існує наукових досліджень

присвячених вивченню блогосфери Уа-нету;

· по-третє, середнє співвідношення кількості україномовних сайтів по відношенню до російськомовних (як 5–1 й менше до 100), що дозволяє робити висновок про недостатню розвиненість власного національного сегменту.

Проте українська блогосфера, незважаючи на слабку представленість в світовій блогосфері, на кінець 2009 року за даними Яндекса налічувала понад 500 тис. блогів, активними з яких були лише 15 % (оновлювальні хоча б раз на 3 місяці). Найпопулярнішим місцем розміщення українських блогів є livejournal.com, де в травні 2010 р. нараховувалось близько 256 тис. користувачів з України.

Серед українських інтернет-видань поширеною стає практика ведення блогів власними кореспондентами та відомими публічними діячами. Найбільш популярними є: «Кореспондент.net», «Українська правда», «Лівій берег», «Дзеркало тижня», «Новинар». Власні блоги мають відомі політики, бізнесмени, діячі масової культури.

Відзначимо, що термін блог походить від англійського сполучення web log, тобто віртуальний мережевий журнал подій. Це електронний аналог записної книжки або щоденника, розміщений його власником для загального доступу в глобальній мережі, або – сайт, основний вміст якого – текстова аудіальна або візуальна регулярно оновлювальна інформація.

Блогер – людина або організація, яка веде блог. Сукупність усіх блогів у мережі – блогосфера. Аудиторія блогерів є досить молодою, більше того – має тенденцію до суттєвого омолодження. Як зазначають аналітики, при збереженні подібної ситуації через 6–7 років користувачами і відвідувачами блогів стане 70– 80 відсотків користувачів комп’ютерів.

Блоги можуть бути персональними, груповими та публічними

відповідно до структури соціуму, в якій виділяють мікро-, мезо- и макросередовище. Як по формі, так і за змістом він має багато спільного, як з домашніми сторінками (home page) користувачів Інтернету, так і з форумами. Однак існують і суттєві відмінності.

Для блогів властиві:

· зворотня хронологічна структура (нові записи йдуть на початку);

· жорсткий поділ на категорії (теми, топіки);

· організація зворотнього зв’язку у вигляді коментарів різних інтернеткористувачів до нотаток автора.

Отже, на відміну від домашніх сторінок, блоги є динамічними й

інтерактивними. А на відміну від форумів, вони насамперед презентують авторів-власників. Історія блогів розпочалася з 1998 р. За чотири роки на дану тему було опубліковано більше сотні статей і у 2003 р. терміни «weblog», «weblogging» було включено до Оксфордського англійського словника.

У цьому ж році блоги стають активним фактором пливу на політичне життя суспільства. У 2004 р. блоги і блогерів почали використовувати і залучати ЗМІ для коментарів соціально-політичного та культурного життя. У 2005 р.

зафіксовано перші втручання в особисте життя блогерів –звільнення з роботи, притягнення до адміністративної та кримінально відповідальності, що дає змогу констатувати – блоги стають суттєвим чинником у суспільному житті особистості.

**Список використаних джерел**

1. Горошко Е. И., Саенко А. Н. Жанровая экология Интернета // Наукові

записки Луганського національного університету. Серія «Філологічні науки» : зб.

наук. праць [Норми та парадокси свідомості й мислення] / Луган. НПУ ім. Тараса

Шевченка. – Луганськ: Альма-матер, 2006. – Вип. 6. – Т. 3.

2. Пелевин В. О. Ампир В: Роман / Виктор Пелевин. – М.: Эксмо, 2006. –

416 с

3. Попов А. В. Блоги. Новая сфера влияния [Электронный ресурс] // Режим

доступа : http://www.litru.ru/br/?b=87549&p=2 – Название с экрана.

4. Рубинштейн С. Л. Человек и мир // Проблемы общей психологии. – М.:

Педагогика, 1973. – С. 255–386.

5. Шевченко И. С. Некоторые психологические особенности общения

посредством Internet [Електронний ресурс] // Режим доступу : http://flogiston.ru/

proiects/articles/ – Назва з екрану.

6. Kennedy H. Technobiography: Researching lives, online and off. – Biography:

An Interdisciplinary Quarterly, 2003. – Vol. 26. – P. 120–139.

7. Ludtke M. Journalist’s Trade : Weblogs and Journalism [Електронний

ресурс] // The Nieman Foundation for Journalism at Harvard University, 2003. –

Vol. 57, No. 3. – Режим доступу : http://www.nieman.harvard.edu/reports/03-3NRfall/

V57N3.pdf – Назва з екрану.

8. McNeill L. Teaching an old genre new tricks : The diary on the Internet. –

Biography : An Interdisciplinary Quarterly, 2003. – Vol. 26. – P. 24–48.

9. Serfaty V. Online Diaries: Towards a Structural Approach. – (Université ParisEst Marne-la-Vallée) Journal of American Studies, 2004.– Vol. 38, No. 3. – P. 457–471.

10. Zuern J. Onl

Навчально-методичне видання

**Потятинник Б.В**

**Блогінг**

**Хрестоматія**

для студентів 4 курсу

спеціальності «Журналістика»

денної форми навчання

ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»

вул. Шевченка, 57, м. Івано-Франківськ, 76025