

Юлія Голованова,

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
спеціальність 061 Журналістика,

Полтавський національний педагогічний університет
імені Володимира Короленка

Науковий керівник –

кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри журналістики

Полтавського національного педагогічного університету
імені Володимира Короленка

Марина Свалова

КРЕАТИВНІ ПРИЙОМИ ТА ЗАСОБИ ВПЛИВУ НА АУДИТОРІЮ В АВТОРСЬКОМУ БЛОЗІ НА ВОЄННУ ТЕМАТИКУ

Воєнна тематика у блогосфері посідає важливе місце, оскільки ця діяльність не лише інформує, а й впливає на суспільну свідомість. Авторські блоги стали ефективним інструментом інформаційного спротиву та викриття фейків. Успішні блогери застосовують широкий спектр креативних засобів для посилення впливу своїх публікацій на аудиторію.

Науковиця І. Тонкіх зазначає: «основні типологічні ознаки блогу, що відрізняють його від інших інтернет-ресурсів, – це авторський, суб'єктивований характер інформації, розташування записів у хронологічному порядку, інтерактивність, доступність і відкритість для широкої аудиторії, періодичне оновлення» [4, с. 292].

Одним із ключових чинників ефективності авторського блогу на воєнну тематику є здатність автора викликати у читачів емоційний відгук. Співчуття, гнів, гордість або спонукання до дії можуть значно посилювати вплив повідомлення та стимулювати його поширення. Розглянемо основні креативні прийоми, які допомагають блогерам досягати емоційного залучення аудиторії.

Особисті історії військових, волонтерів, цивільних мешканців зони бойових дій викликають глибший емоційний відгук, ніж сухі статистичні дані чи офіційні повідомлення. Такий контент дозволяє аудиторії асоціювати себе з героями розповіді, що посилює емпатію та розуміння реальної ситуації.

Блогер може публікувати історії військових, розповідаючи про їхні думки перед боєм, спілкування з рідними або вияви людяності на передовій.

Наприклад, коротке відео з коментарем бійця про те, що він найбільше цінує в мирному житті, може змусити аудиторію глибше замислитися над ціною війни.

Блогери часто використовують національну символіку, риторичні звертання для нагадування про національну єдність. Такі прийоми допомагають створювати ефект «спільної дії» та мотивувати аудиторію донатити, волонтерити, поширювати важливі матеріали. Прикладом застосування таких прийомів є блог «Лачен Пише», де автор завжди мотивує підписників допомагати донатами та поширеннями його дописів щодо злочинів РФ [1].

Також мемом стали слова-звернення Сергія Притули, який оголошував відкриття нового збору коштів фразою «Цей день настав...» Молодь швидко підхопила головний посил та почала створювати гумористичні продовження фрази на кшталт «Цей день настав! Ми купляємо Казахстан!» [4].

Комбінування трагічних і піднесених моментів дозволяє блогеру зберігати баланс між серйозністю теми та необхідністю підтримувати моральний дух читачів. Такий підхід запобігає емоційному виснаженню аудиторії, але водночас підтримує її залученість.

Публікація двох фото – одне з поля бою, друге – з військовими, які грають у футбол між боями. Така контрастність показує і виклики війни, і людяність наших захисників.

Емоції відіграють ключову роль у сприйнятті інформації, тому блогери часто використовують провокаційні заголовки, живий стиль оповіді та інтерактивність. Додавання мемів, гіфок, відео та аудіо створює ефект залученості та змушує аудиторію залишатися довше на сторінці.

Автори блогів часто звертаються до гострих тем, що викликають дискусії. Це можуть бути політичні питання, соціальні проблеми, екологія чи права людини. Чим гостріша тема, тим більше уваги вона привертає.

Назвемо основні прийоми емоційного впливу.

- **Сторітелінг (storytelling)** – розповіді, що включають особистий досвід, реальні історії або вигадані ситуації, які допомагають читачам ототожнити себе з персонажами.

- **Контрастні емоції** – використання протиставлень між хорошим і поганим, щасливим і трагічним для посилення впливу.

- **Використання тригерних слів та фраз**, що провокують сильні реакції (наприклад, «сенсація», «вражаючий факт», «шокуюча правда»).

Деякі блогери та медіа використовують психологічні прийоми, що впливають на поведінку й рішення аудиторії.

Clickbait-заголовки – гучні, емоційно насичені заголовки, що стимулюють користувачів переглянути матеріал.

– Створення дефіциту – фрази на кшталт «Лише сьогодні!», «Останній шанс!», що змушують людей реагувати швидше.

– Соціальне підтвердження – апелювання до популярності або думок «експертів», щоб вплинути на сприйняття аудиторії.

Гумор, особливо в умовах війни, стає не лише способом психологічного розвантаження, а й потужним інформаційним інструментом. Меми допомагають критикувати ворога, посилювати бойовий дух і формувати колективну ідентичність через спільне розуміння жартів. У воєнних блогах гумористичний контент використовується для підняття морального духу суспільства та боротьби в інформаційному просторі.

Меми є швидким і доступним способом відреагувати на події. Українська блогосфера активно використовує гумористичні картинки, гіфки та короткі відео для висміювання противника. Це допомагає:

- позбавляти ворога ореолу «всемогутності»;
- підкреслювати його абсурдні рішення та провали;
- зміцнювати патріотичний дух через спільне висміювання загарбників.

Саркастичний тон допомагає блогерам не просто спростовувати пропаганду, а й робити це у вигляді жарту, що підвищує віральність контенту. Чим дотепніше викриття фейку – тим швидше воно розходить мережею. Коли російські медіа стверджували, що HIMARS «не завдає шкоди», блогери почали публікувати фото розбитих складів із саркастичними підписами: *«Оце, напевно, сквозняк»* [2].

Під час війни люди стикаються з постійним стресом, і чорний гумор стає способом захисту психіки. Наприклад, популярний серед військових мем «Бавовна» як евфемізм щодо вибухів на складах противника. Це дозволяє говорити про втрати ворога легко та навіть з іронією.

Авторський блог став важливим інструментом впливу у сучасній медіасфері. Завдяки персоналізованому підходу, емоційності, візуальному контенту та інтерактивності він здатен ефективно впливати на аудиторію. Водночас блогінг породжує певні виклики, зокрема ризики дезінформації. Однак, беззаперечно, він залишається одним із найпотужніших форматів комунікації у цифрову епоху.

Список використаної літератури

1. Авторський блог «Лачен Пише». URL: <https://t.me/lachentyt> (дата звернення: 20.03.2025)
2. Котубей-Геруцька О., Морі Є. Доброго вечора everybody, цей день настав: ми підготували підбірку головних мемів 2022 року. *Суспільне: медіа*, 2023. URL: <https://surl.li/mvyujq>
3. Притула С. Цей день настав! URL: <https://www.youtube.com/watch?v=7qXnwX2qJYg> (дата звернення: 21.03.2025)
4. Тонкіх І. Журналістські блоги як форма впливу на громадську думку в українських інтернет-ЗМІ. *Психолінгвістика*. 2012. Вип. 11. С. 290–297. URL: <https://surl.li/qfqlfl> (дата звернення: 20.03.2025)