

УДК: 338.484; DOI: 10.31388/2519-884X-2019-40-87-92

Кальченко С.В., д.е.н, проф.
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного

БЛОГЕРСТВО ЯК НАПРЯМ АНІМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Анотація. В статті досліджено теоретичні та практичні аспекти розвитку сучасних форм анімаційної діяльності. Обґрунтовано вплив моделі постіндустріальної інформаційної економіки на характер формування сфери послуг. Висвітлена еволюційна сутність блогерської діяльності як складової сучасного соціально-економічного середовища. Проаналізовано анімаційні складові діяльності блогера у відповідності до належних професійних компетенцій. Обґрунтовано необхідність розширення переліку професійних навиків аніматора за рахунок включення вмінь блогера.

Ключові слова: анімаційна діяльність, постіндустріальна економіка, блогер, професійні компетенції.

JEL code classification: Z32, J46

Kalchenko S.V., Doctor of Economics, prof.
Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University

BLOGGING DIRECTION AS ANIMATION

Abstract. Introduction. The article explores theoretical and practical aspects of the development of modern forms of animation. It is noted that one of the peculiarities of the functioning of the post-industrial economy is the dialectical combination of the availability of the global information space and the realization of the individual capabilities of each individual to influence its filling. It is proved that blogging activity has deep socio-cultural roots, since each civilization is characterized by the presence of personalities, whose functions include interactive interaction with certain sections of society. The article points to the need to study the prospects of blogging as a specific kind of animation, taking into account the social functions and competencies of the persons concerned.

The purpose of the article is to study the theoretical and practical aspects of blogging as a specific form of information services and a means of interactive functioning. Results. According to the research, the objective nature of the emergence and development of blogging was proved as one of the consequences of the formation of a post-industrial institutional model.

The influence of the post-industrial information economy model on the nature of service sector formation is substantiated. The evolutionary essence of blogging activity as a component of modern socio-economic environment is highlighted. The animation components of the blogger's activity in accordance with the proper professional competencies are analyzed. The necessity of expanding the list of professional skills of the animator by incorporating blogger skills is substantiated.

Conclusions. The basic role of the post-industrial economic model in the process of forming the market of the service sector is substantiated. The evolutionary nature of blogging activity as a component of modern socio-economic environment is investigated. The considerable potential of blogging as a form of economically justified self-realization for all segments of the population has been proved. The necessity of the special importance of optimization of the personnel support system of the tourist business system, in particular in the sphere of animation activity, is substantiated.

Keywords: animation, post-industrial economics, blogger, professional competencies.

Постановка проблеми. Однією з особливостей функціонування постіндустріальної економіки є діалектичне поєднання наявності глобального інформаційного простору та реалізація індивідуальних можливостей кожної конкретної особистості впливати на його наповнення. Здатність до створення

локальних співтовариств, вільний вхід та вихід з них, самостійне формування умов існування в системі віртуального простору, - все це суттєвим чином вплинуло на існуючі принципи та механізми організації сфери послуг.

Одним з наслідків цих процесів стала поява нових видів послуг, зокрема в інформаційній та розважальній галузях. Набули широкого розповсюдження різні форми само зайнятості, freelancing, диверсифікувався спектр розважальних послуг в інформаційній сфері, що знайшло своє відображення, зокрема, в активному розвитку блогерства. Слід відзначити, що дана форма особистої активності має глибоке соціально-культурне коріння, оскільки для кожної цивілізації характерним є наявність персоналій, до функцій яких входить інтерактивна взаємодія із певними верствами суспільства.

На ранніх стадіях формування європейської цивілізації ними були казкарі, барди, блазні та ін. В період активної експансії друкованого слова зросла значущість журналістів, митців в сфері літератури тощо. Ці процеси є об'єктивними та обумовлені еволюцією соціально-економічних відносин в напрямку їх ускладнення. Саме тому роль блогерів як різновиду анімаційної діяльності в системі сучасного інституційного середовища є надзвичайно важливою. Зазначені обставини обумовили актуальність обраної теми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Слід відзначити, що особливості розвитку сучасних форм анімаційної діяльності як складової господарських відносин знайшли своє відображення в працях вітчизняних та закордонних науковців. Специфіка функціонування підприємництва в умовах постіндустріальної інформаційної економіки розглядалася в роботах Д.Бела, В.Іноземцева, Е.Тофлера та ін. Зокрема В.Іноземцев сформулював особливості соціально-економічних відносин в системі постіндустріального суспільства, коли базовим фактором виробництва благ стає інформація. Сучасні особливості організації анімаційної діяльності досліджувалися в працях А.Ю. Білоусової, Н.Максимовської, Ю.В. Федотова та ін. Разом із цим, на нашу думку, потребують подальшого вивчення перспективи розвитку блогерства як специфічного різновиду анімаційної діяльності, враховуючи соціальні функції та компетентнісні навички відповідних осіб.

Формулювання цілей статті. Метою статті є вивчення теоретичних та практичних аспектів блогерської діяльності як специфіч-

ної форми інформаційних послуг та засобу інтерактивного функціонування.

Виклад основного матеріалу. Слід відзначити, що дотепер не сформувалося єдиної точки зору щодо сутнісного змісту терміну «блогер», вимог до осіб, які вирішили присвятити себе даній формі самореалізації. Багато в чому вони співпадають із професійними компетенціями журналістів, що, в свою чергу, створює підґрунтя для невизначеності в тлумаченні даної дефініції. Водночас важливу роль у формуванні спектру відповідних вмінь та навичок відіграє Інтернет-простір, в межах якого відбувається презентація створеного інформаційного продукту.

Ю.М. Половинчак, характеризуючи вітчизняну блогосферу, вказує на її гіпертекстуальність, оскільки інформаційний матеріал являє собою складне поле, створене його елементами, можливостями пошуку в розміщених записках, пов'язаних гіперпосиланнями як усередині самого блогу, так і між окремими блогами. Інтерактивні можливості блогу визначаються його природою як публічно-особистого інтернет-щоденника, орієнтованого на відкритість для діалогу з іншими користувачами, що реалізується не тільки в розміщених текстах автора, а й у текстах інтернет-коментарів [1].

Вільний доступ до світового павутиння, як з боку потенційного постачальника інформаційного продукту, так і з боку його потенційних споживачів, створює ситуацію, коли економічні відносини в сфері блогерської діяльності максимально наближаються до «чистої» конкуренції. Більше того, економічний ефект особи, яка веде свій блог, також має місце, хоча і досягається по дещо іншій схемі, ніж на звичайному ринку розважальних послуг.

На відміну від класичної анімаційної діяльності, дохід блогера формується в результаті цікавості рекламодавців, які, в свою чергу, здійснюють постійний моніторинг Інтернет-простору. Такий специфічний алгоритм «попит на продукт» - «кількість споживачів» - «пропозиція рекламодавців» - «грошові надходження блогера» діалектично поєднує в собі фактичну безкоштовність послуги для відвідувачів блогу, можливість для самого блогера здійснювати свою діяльність на підприємницьких засадах (невизначеність, са-

мостійність, ініціативність, прибутковість) [2], а також повну відповідність принципам інформаційної економіки.

Як зазначає спеціаліст із просування відеоблогерів М.Рогинець, зараз блогери заробляють в основному за рахунок рекламодавців. Рекламодавці самі вас знайдуть, якщо ви маєте щонайменше 5 тисяч підписників. Завоювати їхню увагу непросто, але можливо. По-перше, потрібно заручитися підтримкою інших розкручених блогерів (має спрацювати ланцюгова реакція - блогер-профі розповідає про вас і вже до вас приходять підписники). Але для цього ваша сторінка в соцмережі має бути, як вітрина магазину [3]

Як бачимо, ідеї щодо повної ізоляції блогерів один від одного, неможливість впливу на конкурентне середовище виявилися нереальними навіть вданому сегменті ринку інформаційних послуг. Необхідною складовою успішної діяльності в даній сфері є постійний контакт із колегами, взаємно «просування» рейтингових позицій на відповідних Інтернет-майданчиках. Ще однією проблемою, з якою стикаються блогери-початківці, є необхідність кваліфікаційної відповідності та наявних професійних компетенцій.

Як зазначає Ю.М. Половинчак, непрофесійний характер масових комунікацій у блогосфері може призводити до профанації обговорюваних проблем, коли в центр уваги користувачів потрапляють предметні сфери, у яких вони не є компетентними, унаслідок чого уявлення блогерів про предмети обговорення є спрощеними чи навіть викривленими. Оскільки користувачі блогосфери беруть участь у формуванні громадської думки, наслідком профанації – як умисної, так і неумисної – є, зокрема, викривлення інформації та некоректне формування громадської думки [1].

Більше того, оскільки діяльність блогера за своєю організаційною сутністю відповідає діяльності індивідуального підприємця, то до переліку його професійних знань та вмінь мають входити не лише компетенції, пов'язані із створенням якісного інформаційного продукту. Необхідно аналізувати потенційну аудиторію, її смаки, побажання, очікування, а також глибоко орієнтуватися у сутності своєї теми.

Як зазначає блогер Т. Амброз, така людина повинна орієнтуватися в певному продукті і знати психологію та сприйняття людей поданої інформації. Праця блогера повинна бути тісно пов'язана з маркетологами, піарщиками, але блогер повинен чітко знати всі процеси виробництва чи суть продукту, яким займається компанія [5].

В цьому аспекті слід вказати на наявність певної ідеалізації блогерської діяльності, надання їй певних особливих соціальних функцій, пов'язаних із необхідністю формуванням нової моделі суспільних відносин, які базуються, перш за все, на ліберальних ціннісних орієнтирах. Певною мірою даних підхід обумовлений специфікою створення інформаційного продукту, обов'язковим характером її суспільної оцінки, потенційною відкритістю як автора, так і його читачів.

На думку С. Дацюка, блогінг це персоналізація і сегментація журналістики в процесі її масовізації. Блогінг це також універсалізація і ускладнення змісту публікованих текстів, бо вона є власне відображенням суті Інтернету як універсальної мережі єдиного людства [6].

Значною мірою розвиток даної форми самозайнятості серед покоління сучасної молоді обумовлений її більшою психологічною готовністю сприймати принципи цифрової економіки як основу свого соціального існування. Створення якісного інформаційного продукту вимагає творчого, креативного підходу, щодо передбачає обов'язковий характер індивідуальної віддачі, поєднання роботи та хобі.

Дослідники вважають, що міленіали, на відміну від попередніх поколінь, набагато легше переходять від одного роботодавця до іншого, і навіть змінюють спеціальність. Вони більше цінують баланс між трудовою діяльністю та особистим життям, і не хочуть втрачати час на безглуздій роботі. Тому не дивно, що міленіали, частіше інших, кидають офісну роботу і починають займатися тим, що приносить їм задоволення [7].

На нашу думку феномен блогерської діяльності, невизначеність її професійного статусу зайвий раз підтверджує неготовність існуючої номенклатурно-офіційної господарської системи оперативно реагувати на потреби постіндустріальної економічної мо-

делі, в якій базовим фактором виробництва є інформаційний капітал. Так, зокрема В. Іноземцев виділяє наступні властивості даної системи господарських відносин:

- в постіндустріальному суспільстві матеріальні потреби більшості людства достатньо повно задовольняються за рахунок порівняно нетривалого робочого часу;
- наука та знання стають безпосередньою виробничою силою, їх носії - уособленням досягнень нації, - надійними орієнтирами майбутніх поколінь;
- радикально змінюється сутність споживання: акценти зміщуються на нематеріальні блага, а засвоєння людиною інформації має розвивати здатність до генерації нових знань [8].

Враховуючи зазначені особливості, доцільним є, на нашу думку, розглядати блогерську діяльність як одну з сучасних форм анімації. В цьому аспекті слід окремо зупинитися на вивченні особливостей безпосередньо анімаційної діяльності в економічній та соціальній площинах. Необхідно зазначити її багатоаспектний та багатогалузевий характер, зокрема застосування не тільки в сфері бізнесу, а й в педагогіці, виховання підростаючого покоління. Це, в свою чергу, передбачає наявність диференційованого підходу щодо розуміння цілей та особливостей організації відповідних пізнавально-розважальних заходів.

Н. Максимовська, розглядаючи анімацію в педагогічному аспекті, виділяє наступні особливості сучасного розвитку даного виду діяльності: подальше поглиблення специфіки анімаційної ідеї, усвідомлення її змісту в нових соціокультурних умовах, розгалуження суб'єктів анімації, територіальне поширення анімаційного досвіду в інших країнах, розширення напрямів використання анімаційної діяльності, узгодження з новим інформаційним середовищем через використання новітніх технологій, усталення соціально-виховного напрямку на основі інтеграції до соціально-педагогічної парадигми як підґрунтя розвитку сучасної соціально-педагогічної науки і практики [9].

Одним з головних галузевих напрямків анімаційної діяльності в бізнес-середовищі є сфера туризму практично у всіх її різновидах (готельна анімація, зелений туризм тощо).

Незважаючи на диверсифікований характер надання відповідного виду послуг, загальні цілі та методи роботи є уніфікованими.

Так зокрема А.Ю. Білоусова виділяє наступні цілі анімаційної діяльності для туристичного підприємства:

- створення цікавого та комфортного відпочинку;
- оптимізація іміджевого рівня туристичної фірми;
- стимулювання інтересу до туристичної діяльності в даній підприємницькій структурі, психологічна фіксація її бренду;
- збільшення кількості клієнтів за рахунок диверсифікації послуг, що надаються [10].

Як бачимо, зазначені напрями (комфортність послуги, підвищення іміджу, в т.ч. на психологічному рівні, та диверсифікованість) повністю відповідають сучасним особливостям вітчизняної блогерської діяльності. Більше того, сучасне вітчизняне блогерство не являє собою однорідну уніфіковану сукупність. Вона є досить чітко диференційованою у відповідності до напрямків діяльності членів даної спільноти.

Зокрема Ю.М. Половинчак виділяє наступні складові вітчизняної блогосфери: особисті щоденники, що зберігають первісну ідею блогу як особисто-публічного простору; народну/громадянську журналістику як непрофесійну діяльність – складову інтернет-активізму; журналістські блоги на відомих сайтах (розглядається як незалежний та альтернативний інформаційний майданчик, де можуть бути оприлюднені матеріали, що з різних причин – обмеження площі, жанру, особливості редакційної політики – не потрапили у формат ЗМІ) [1].

В даному аспекті виникає питання спорідненості та відмінностей між діяльністю блогера та журналіста. Аналізуючи характерні риси професій журналіста та аніматора, а також специфіку блогерства, слід відзначити наявність спільних рис (табл.1). Основним завданням блогера є залучення до себе читачької (слухачької, глядацької) уваги. Його інформаційна вітрина може бути будь-якого жанру та напрямку, однак критерієм якості є кількість відвідувачів та їхня активність. В цьому аспекті ми можемо констатувати спільні риси між анімаційною та блогерською діяльністю.

Таблиця 1

Порівняльний аналіз особливостей блогерської, анімаційної та журналістської діяльності*

Характеристики діяльності	Види діяльності		
	Блогер	Журналіст	Аніматор
Спілкування з аудиторією	Обов'язкове безпосереднє	Опосередковане	Обов'язкове безпосереднє
Активність	Постійна	Періодична	Постійна
Результат діяльності	Інформаційний продукт		Розважальна послуга
Потреба в засобах виробництва	Відсутня		Необхідні, залежно від цільової аудиторії

*Джерело: Авторська розробка

Також вони обидва мають постійно контактувати із власною аудиторією (у випадку блогера – через Інтернет), причому тривалість активності останнього є довшою, оскільки аніматор чітко регламентує початок та завершення розважального заходу. Разом із цим треба відмітити, що інформаційна природа продукту діяльності блогера дозволяє йому функціонувати із мінімальним залученням матеріальних ресурсів. Таким чином ми бачимо, що дана форма само зайнятості містить в собі значний потенціал економічно виправданої самореалізації не тільки для сучасної молоді, а й для усіх верств населення. Разом із цим вона потребує наявності низки професійних компетенцій, природа яких дає підстави розглядати блогерство як різновид анімації.

За цих умов набувають особливої значущості питання оптимізації системи кадрового забезпечення системи туристичного бізнесу, зокрема в сфері анімаційної діяльності. На нашу думку, до навчального процесу під-

готовки фахівців, подальше працевлаштування яких планується в сфері туризму, доцільно включити засвоєння теоретичних знань та практичних навичок з ведення власного блогу. Зокрема потенційні блогери-аніматори мають продемонструвати вміння створювати інформаційний продукт розважального та рекламного змісту.

Висновки. В статті висвітлено теоретичні та практичні засади розвитку сучасних форм анімаційної діяльності. Обґрунтовано базова роль постіндустріальної економічної моделі в процесі формування ринку сфери послуг. Досліджено еволюційний характер блогерської діяльності як складової сучасного соціально-економічного середовища. Проаналізовано анімаційні складові діяльності блогера у відповідності до належних професійних компетенцій. Обґрунтовано необхідність розширення переліку професійних навичок аніматора за рахунок включення вмінь блогера.

Список літератури:

1. Половинчак Ю.М. Особливості функціонування української блогосфери. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*, III(7), Issue: 42, 2015.
2. «Про підприємництво» Закон України № 436-IV від 16.01.2003, URL:[HTTPS://ZAKON.RADA.GOV.UA/LAWS/SHOW/698-12](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12) (дата звернення 17.03.2020).
3. Професія – блогер. Рецепти натхнення і секрети популярності URL: <https://slovopravdy.com.ua/profesiya-blogger-retsepty-nathnennya-i-sekrety-populyarnosti/> (дата звернення 17.03.2020).
4. Скільки і на чому заробляють українські блогери в INSTAGRAM. Поради експертів.: URL:<https://tsn.ua/groshi/skilki-i-na-chomu-zaroblyayut-ukrayinski-blogeri-v-instagram-poradi-ekspertiv-1210722.html> (дата звернення 17.03.2020).
5. Амброз Т. Професія – блогер URL: <https://electric.org.ua/old/my/job4blogger.html> (дата звернення 17.03.2020).
6. Дацюк С. Блоги. URL: <https://blogs.pravda.com.ua/authors/datsuk/5600f92b8444f/> (дата звернення 17.03.2020).
7. Мамо, я блогер: скільки заробляють міленіали URL:<https://thepoint.rabota.ua/mamo-ya-bloher-skilky-zaroblyayut-milenyaly-na-postynhu-v-sotsmerezah/> (дата звернення 17.03.2020).

8. Иноземцев В. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы. 2000. М. Логос.302с.
9. Максимовська Н. Система анімаційної соціально-педагогічної діяльності: інноваційний вимір. Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології, 2017, № 5 (69) С.121-132
10. Білоусова А.Ю., Балко В.Ю. Особливості менеджменту анімаційного сервісу. Економічні студії. 2019. №2(24). С.25-28.
11. Федотова Ю.В., Кравець О.М. Анімаційна діяльність: сутність, особливості та соціально-економічна ефективність. Економіка та управління підприємствами 2016. Вип.11. С.530-534.

References:

1. Polovinchak Yu.M. (2015) Features of functioning of the Ukrainian blogosphere Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences, III(7), Issue: 42. [in Ukrainian].
2. Zakon Ukrayiny «Pro pidpryyemnytstvo» [The Law of Ukraine « About entrepreneurship »] 2003. № 436-IV Available at: URL: [HTTPS://ZAKON.RADA.GOV.UA/LAWS/SHOW/698-12](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12) (accessed 17 March 2020). [in Ukrainian].
3. Profession – blogger. Recipes inspiration and secrets of popularity. Available at: <https://slovopravdy.com.ua/profesiya-blogetsepty-nathnennya-i-sekrety-populyarnosti/> (accessed 17 March 2020). [in Ukrainian].
4. How much and what Ukrainian bloggers earn at INSTAGRAM. Expert advice Available at: URL:<https://tsn.ua/groshi/skilki-i-na-chomu-zaroblyayut-ukrayinski-blogeri-v-instagram-poradi-ekspertiv-1210722.html> (accessed 17 March 2020). [in Ukrainian].
5. Ambrose T. Profession - blogger. Available at: URL: <https://electric.org.ua/old/my/job4bloger.html> (accessed 17 March 2020) [in Ukrainian].
6. Datsyuk S. Blogs. Available at: URL: <https://blogs.pravda.com.ua/authors/datsuk/5600f92b8444f/> (accessed 17 March 2020) [in Ukrainian].
7. Mom, I'm a blogger: how much millennials earn Available at: URL:<https://thepoint.rabota.ua/mamo-ya-bloher-skilky-zaroblyayut-milenialy-na-postynhu-v-sotsmerezah/> (accessed 17 March 2020) [in Ukrainian].
8. Inozemtsev, V. (2000) Sovremennoye postindustrial'noye obshchestvo: priroda, protivorechiya, perspektivy. [Modern post-industrial society: nature, contradictions, prospects] [in Russian].
9. Maksymovs'ka N. (2017) The system of animated social-pedagogical activity: an innovative dimension. *Pedagogical Sciences: Theory, History, Innovative Technologies*, 5(69), P.121-132 [in Ukrainian].
10. Bilousova A.YU., Balko V.YU. (2019) Features of animation service management. *Economic studios*, 2(24), P. 25-28 [in Ukrainian].
11. Fedotova YU.V., Kravets' O.M. (2016). Animation: essence, features and socio-economic efficiency. *Economics and Management of Enterprises*. 11. P.530-534 [in Ukrainian].