

ФОРМИ ЗВЕРНЕННЯ ДО ЧИТАЧІВ У ТЕКСТАХ УКРАЇНСЬКИХ БЛОГЕРІВ

Гіюк Вікторія

Здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти історико-філологічного факультету Приватного вищого навчального закладу «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука»

Науковий керівник:

Мединська Наталія

Докторка філологічних наук, професорка кафедри української мови та літератури, проректорка з наукової роботи Приватного вищого навчального закладу «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука», м. Рівне

У сучасному інформаційному суспільстві блоги стали важливою формою публічної комунікації. Блогер – це не лише творець контенту, а й активний комунікатор, який вибудовує стратегії взаємодії зі своєю аудиторією. Одним із важливих аспектів цього спілкування є форма звернення до читача. Вона формує атмосферу довіри, наближає автора до аудиторії та сприяє створенню ефекту присутності.

Звернення до читачів у блогерських текстах є однією з ключових лінгвістичних і комунікативних категорій, що визначають характер взаємодії автора з аудиторією. Українські блогери активно використовують різноманітні форми звернень, які допомагають створити атмосферу довіри та близькості, перетворюючи текст на діалогічний простір. У своїх публікаціях блогери активно застосовують як індивідуальні, так і колективні форми звернень, що значно підсилює ефект персоналізованої комунікації [1, с. 223].

Блогери часто звертаються до читача у формі прямого діалогу, використовуючи займенник другої особи однини – «ти». У їх дописах можна побачити фрази на кшталт: «А ти вже бачив новинку?» або «Як тобі такий лук?», що створює враження безпосереднього, особистісного спілкування. Така форма звернення формує емоційний зв'язок з підписником і викликає в нього бажання відповісти, залишити коментар чи вступити в дискусію. Це один із способів залучення аудиторії, який успішно працює завдяки природності та невимушеності спілкування [2].

Окрім того, блогери активно використовують колективні звернення, зокрема у контексті обговорення важливих тем або особистих рефлексій. Вони часто вживають фрази на кшталт: «Ми з вами добре знаємо, як непросто буває прийняти себе» або «Разом ми здатні змінити своє ставлення до себе на краще». Такі вислови формують відчуття спільності, належності до певного кола людей, що об'єднані схожими поглядами, переживаннями або прагненнями. Це не лише зміцнює емоційний контакт із підписниками, а й допомагає формувати довірливу атмосферу в онлайн-просторі.

У текстах інфлюенсерів чітко простежується активне використання інтерактивних питань як засобу залучення аудиторії. У своїх дописах вони часто звертаються до читачів із запитаннями типу: «Як ви ставитеся до цього?» або «Чи був у вас подібний досвід?». Такі звернення мають не лише контактну функцію, а й створюють ефект залучення до живого діалогу. Вони стимулюють комунікативну активність, спонукаючи підписників залишати коментарі, ділитися власними думками чи історіями. Таким чином, текст перетворюється з монологу на динамічну взаємодію між автором і читачами [2].

Крім того, характерною рисою мовного стилю є вживання зменшувально-пестливих форм звернень, які надають спілкуванню теплоти, щирості та дружності. У своїх сторіс і постах блогери часто звертаються до підписників словами «мої хороші», «сонечки», «рідненькі», що створює емоційний комфорт і атмосферу підтримки. Такий стиль спілкування є типовим для неформального онлайн-дискурсу, і саме він дозволяє підтримувати тісний психологічний контакт зі своєю аудиторією, зберігаючи водночас професійний імідж [2].

У коментарях та сторіс блогери часто звертаються до конкретних підписників по імені чи ніку, що ще більше персоналізує спілкування та підсилює відчуття близькості. Такий прийом допомагає вибудовувати довірчі стосунки та стимулює активність аудиторії.

Мовні особливості звернень у блогах охоплюють не лише лексичний рівень, а й паралінгвістичні елементи, які формують своєрідний емоційно забарвлений стиль спілкування. Це, зокрема, використання смайликів, вигуків («О, це просто вау!»), графічних пауз (...), а також повторів чи інтонаційних зсувів, які імітують живе усне мовлення. Така стилістика формує ефект безпосереднього, широкого спілкування, зменшує психологічну дистанцію між автором і підписниками та створює враження дружньої бесіди [1, с. 224].

Крім того, форма звернення у блогерських текстах завжди тісно пов'язана з жанром і тематикою блогу. У лайфстайл-блогах домінують неформальні звернення, часто емоційні, довірливі, з елементами турботи, підтримки або захоплення. Такі звернення віддзеркалюють повсякденне

життя, особисті переживання або радощі, що робить блог більш «живим» та наближеним до аудиторії.

Натомість у професійних або освітніх блогах, які орієнтовані на надання корисної інформації, аналітики чи порад (наприклад, у блогах психологів, юристів, фінансових консультантів), звернення зазвичай стриманіші, формальніші, а подекуди – нейтрально-інформативні. Наприклад, замість «сонечки» чи «мої хороші» у таких блогах частіше можна зустріти звернення на кшталт «Шановні підписники» або «Колеги» [2].

Таким чином, звернення до читача у блогах є багатофункціональним комунікативним інструментом, який не лише забезпечує контакт і взаємодію, а й формує імідж автора, підсилює емоційний зв'язок і сприяє залученню аудиторії. Подальші дослідження можуть розширити розуміння впливу гендерних, вікових та соціокультурних факторів на вибір форм звернень у цифровому просторі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Кравченко О. Л. Особливості блогів українських інтернет-ЗМІ. *Теорія та історія журналістики. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. Том 32 (71) № 2 Ч. 2. 2021. С. 221-225. URL: https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/2_2021/part_2/41.pdf (дата звернення 20.05.2025)
2. Особливості Instagram постів українських блогерів. URL: <https://epkznu.com/особливості-instagram-постів-українських-бло/> (дата звернення 20.05.2025)