

**КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА**

Факультет журналістики
Кафедра журналістики та нових медіа

БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**СПЕЦИФІКА ПРОСУВАННЯ МОЛОДІЖНОГО МЕДІА В ІНСТАГРАМІ
(НА ПРИКЛАДІ «САЛО НАПИСАЛО»)**

Здобувача першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти
групи ЖУРБ-2-21-4.0д.
галузі знань 06 Журналістика
спеціальності 061 Журналістика
освітньої програми 061.00.01
Журналістика
Кубицької Анастасії Сергіївни

Використання чужих ідей,
результатів і текстів
мають посилання на відповідне
джерело

(підпис студента) (ініціали, прізвище)

Науковий керівник:
Фруктова Я. С.,
кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри журналістики та
нових медіа

Розширена шкала _____

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Допускаю до захисту перед ЕК

І.В. Погребняк,

завідувач кафедри журналістики та нових медіа

Голова комісії _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

Члени комісії _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

(підпис) (ініціали, прізвище)

(підпис) (ініціали, прізвище)

ЗМІСТ

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА	3
1.1. Обґрунтування актуальності проєкту	3
1.2. Мета і завдання кваліфікаційної роботи (проєкту).....	5
1.3. Перелік методів здійснення творчого пошуку	6
 II. СПЕЦИФІКАЦІЯ ІНСТАГРАМ-АКАУНТУ «САЛО НАПИСАЛО».....	8
2.1. Теоретико-методологічні засади позиціонування проєкту	8
2.2. Контент-аналіз конкурентів	9
2.3. Цільова аудиторія медіа «САЛО НАПИСАЛО».....	12
2.4. Структура і рубрикація проєкту в інстаграмі.....	14
2.5. Контент та засоби виразності	16
2.6. Технічні й програмні засоби	19
2.7. Сфера застосування та результати апробації	20
2.8. Висновки.....	22
 III. СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	24
 IV. ДОКУМЕНТАЦІЯ	26
 V. АНОТАЦІЯ.....	49

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1.1. Обґрунтування актуальності проєкту

Актуальність аналізу специфіки просування молодіжного медіа в інстаграмі пояснюється такими чинниками: зміна інтересів молоді на тлі повномасштабного російського вторгнення, популярність соцмережі серед цільової аудиторії, особливості поширення контенту на платформі та його алгоритмічного просування.

Згідно зі статтею 1 Закону «Про основні засади молодіжної політики», молоддю в Україні вважаються люди віком від 14 до 35 років [3]. Після загострення російсько-української війни в лютому 2022 року, представники цієї вікової категорії почали більше цікавитися минулим своєї країни та переосмислювати його. Дослідження, яке провів Київський міжнародний інститут соціології у 2023 році, виявило, що у 70% людей 18-29 років інтерес до історії України зріс протягом року, а серед ресурсів для її вивчення 51% надав перевагу соціальним мережам [5, с. 9, табл. 3].

Повномасштабна війна також спричинила зміну поглядів молоді на аспекти життя, що залежать від усвідомлення власної національної ідентичності. Опитування, проведене дослідницькою агенцією Info Sapiens у 2024 році серед людей віком 14-34 років, засвідчило що для 52% зросла важливість споживання українського контенту (купівля українських книжок, перегляд українських фільмів), для 47% – спілкування державною мовою, для 45% – користування вітчизняними товарами й послугами, а для 44% – волонтерської діяльності [7, с. 22]. Отже, за поточних умов на суспільний запит відповідають медіа, орієнтовані на висвітлення українського минулого й популяризацію вітчизняного контенту.

До таких видань належить «САЛО НАПИСАЛО», яке спеціалізується на публікаціях про історичні події, які відбувалися на території України, видатних постатей, національні традиції, культурно-мистецьку сферу та її представників.

Окрім того, команда медіа інформує про суспільно важливі події, публікує позитивні новини задля поліпшення морального стану українців у період повномасштабної війни з Росією і розвінчує міфи, пов'язані з Україною. Проект сприяє формуванню національної ідентичності й позбавленню комплексу меншовартості, виникнення якого, за словами історика О. Сокирка, залежить від обізнаності про своє минуле. Ідеологічна догма про нібито притаманну українцям безелітність, на його думку, формує самосприйняття як вічно гнаного й переслідуваного народу, здатного лише на революційні вибухи невдоволення, які зрештою нічим не завершуються. Як приклад історик наводить період Хмельниччини, що закінчився втратою козацької державності, і визвольні змагання XX століття [2].

Своєю чергою, колишній голова Українського інституту національної пам'яті А. Дробович зазначав, що національна пам'ять є основою для збереження ідентичності [12].

При формуванні контент-плану команда «САЛО НАПИСАЛО» вивчає інтереси аудиторії, спираючись на дослідження й опитування останніх років, а також слідкуючи за реакціями на публікації акаунтів подібного спрямування. Окрім того, зважаючи на те, що всі члени колективу видання – представники молоді, ми обираємо контент для поширення, керуючись власними інтересами й уподобаннями.

Однією з платформ для просування контенту команда обрала інстаграм, оскільки, згідно з опитуванням, проведеним у межах програми USAID «Мріємо та діємо» у 2024 році, цією соціальною мережею щодня користуються 66% українців віком 16-35 років [9, с. 20]. Крім того, застосунок розроблений з метою поширення візуального й аудіовізуального контенту, що оптимально для акаунтів просвітницького спрямування.

Серед переваг вибору платформи для самого медіа – можливість оперативно подавати інформацію, створювати й редагувати контент

безпосередньо в застосунку, додавати до публікацій співавторів, архівувати матеріали й повертати їх у стрічку. Функціонал соціальної мережі забезпечує користувачам можливість аналізу статистичних даних профілю і публікацій, оскільки включає фіксування кількості переглядів, взаємодій і нових читачів, що дозволяє розробити дієву стратегію розвитку акаунту. Платформа також передбачає взаємодію з підписниками через особисті повідомлення, коментарі, відповіді на сториз і проведення інтерактивів, що сприяє залученню аудиторії.

1.2. Мета і завдання кваліфікаційної роботи (проєкту)

Мета – проаналізувати специфіку просування молодіжного видання в інстаграмі на прикладі «САЛО НАПИСАЛО».

Завдання:

1. Проаналізувати особливості інстаграму і його роль як платформи для просування медіа.
2. Визначити цільову аудиторію власного проєкту й проаналізувати її інтереси.
3. Визначити конкурентів й оцінити, як вони використовують інстаграм для популяризації контенту.
4. Визначити ефективні методи просування матеріалів, застосувати на практиці.

Основна концепція – аналіз ефективності засобів просування молодіжного медіа в інстаграмі.

Місія – сприяти розумінню механізмів дієвого просування молодіжного медіа в інстаграмі.

Об’єкт – молодіжне медіа в інстаграмі.

Предмет – методи популяризації інтернет-видання «САЛО НАПИСАЛО» в інстаграмі.

1.3. Перелік методів здійснення творчого пошуку

Під час створення матеріалів для інстаграм-сторінки «САЛО НАПИСАЛО» були використані такі методи творчого пошуку:

1. Мозковий штурм

При виборі контенту для публікації і способів його поширення кожен член команди генерував ідеї й озвучував їх решті. Колективне обговорення сприяло вдосконаленню пропозицій. Ініціативи, які після обміну думками підтримувала більшість учасників команди, застосовували на практиці.

2. Метод аналогії

Щоб обрати контент для поширення, команда видання проаналізувала інстаграм-акаунти медіа схожого спрямування («Бунт», «narodkhat», «Ukraine History», «ШоТам?»), розглянула публікації, які отримали найбільше реакцій від користувачів мережі, визначила, чи відповідають вони тематиці власного видання, і наповнила сторінку подібними дописами.

3. Експеримент.

Перед впровадженням нової рубрики чи формату ми публікували тестові дописи, аби визначити, чи доцільне розміщення подібного контенту на сторінці шляхом аналізу реакції аудиторії.

4. Аналіз.

Метод використовується при формуванні контент-плану. Колектив визначає, які публікації найчастіше поширювали користувачі соцмережі, обмірковує, чому вони здобули успіх, і створює контент з урахуванням цих аспектів.

5. Спостереження.

Команда медіа слідкує за новинами, трендами й резонансними подіями для створення контент-плану, що включає актуальні теми й відповідає інтересам аудиторії.

II. СПЕЦИФІКАЦІЯ ІНСТАГРАМ-АКАУНТУ «САЛО НАПИСАЛО»

2.1. Теоретико-методологічні засади.

Метою створення «САЛО НАПИСАЛО» було висвітлювати теми, які цікавлять молодь, бути надійним джерелом інформації та медіапроектом, матеріали якого не потребують додаткової перевірки через інші ресурси.

Щоб сформувати тематику контент-плану, команда видання аналізує інтереси цільової аудиторії, її види діяльності й інформаційні запити. Для цього ми послуговуємося результатами соціологічних опитувань. Дослідження Українського культурного фонду і міжнародного проєкту U-Report, яке провели серед людей 18-35 років для вивчення їхнього культурного дозвілля під час війни, засвідчило, що найбільше молодь відвідує кінотеатри – 93%, книжкові магазини – 86,2%, музеї та виставки – 83,4%. Серед цих місць респонденти найчастіше здійснюють візити до книгарень: 27,4% – 1-2 рази на місяць, 5,8% – щотижня [1].

Розгляд літературних уподобань молоді виявив, що 29% людей 14-35 років надають перевагу читанню сучасної літератури українських письменників, 22% – книгам, які сприяють творчому розвитку, 18% – виданням про психологію, 10,3% – про інформаційні технології, 6,2% – про спорт, 5,6% – про фінансову грамотність. Такі результати були отримані в результаті опитування науково-методичного відділу Державної бібліотеки України для юнацтва, проведеного спільно з обласними бібліотеками України для молоді [10].

Вивчення інтересів цільової аудиторії також включало розгляд змін у ставленні до деяких аспектів життя, спричинених повномасштабним вторгненням. У межах опитування Info Sapiens, яке провели в 2024 році, 47% людей віком 14-34 років відзначили зростання важливості знання та шанування історії України, 33% – знання та святкування знакових історичних подій, 26% – пізнання своєї країни, зокрема через подорожі, відвідування знакових місць, 20% – відвідування національних культурних закладів та заходів [7, с. 22].

Окрім того, як виявило дослідження, 34% молоді в 2024 році заявили, що після повномасштабного вторгнення почали волонтерити, а частка тих, хто займався благодійністю до загострення російсько-української війни і продовжив після нього, зросла з 42% у 2023 році до 51% у 2024 році [7, с. 60]. Наведені результати опитувань щодо інтересів цільової аудиторії слугують підґрунтям для розроблення контент-стратегії, орієнтованої на публікації, присвячені кінематографу, літературі, волонтерству, культурно-мистецькій та історичній тематиці.

При створенні матеріалів команда видання спирається на Кодекс етики українського журналіста [8, с. 121-128] та дотримується професійних журналістських стандартів від Інституту масової інформації [11].

2.2. Контент-аналіз конкурентів

Задля виокремлення ефективних технологій реалізації власного творчого задуму доцільно розглянути акаунти медіапроектів, подібного спрямування, що успішно функціонують в інстаграмі, і спиратися на їхній досвід.

1. «Бунт»

Молодіжне медіа про українську історію й культуру. Команда видання зосереджується на публікаціях про видатних постатей минулих століть, традиції українців, суспільно-політичні процеси сьогодення. Окрім того, колектив «Бунту» створює матеріали про культурних діячів сучасності, митців, які стали на захист України, і вітчизняний контент, зокрема кінопродукти. Наповнення сторінки поділяється на рубрики: «Українська література як реаліті-шоу», «Митці в активному пошуку», «Екранізація української літератури», «Інклюзивність», «Стиллет та стилос», «Базова інформація простою мовою», «Персоналії», «Говоримо українською» і «Тематичні (святкові) дописи». Серед головних жанрів матеріалів – стаття, інтерв'ю, рецензія.

Для оформлення дописів команда використовує червоний і чорний кольори як основні. За словами головної редакторки Юлії Бабічин, вони навіюють асоціації з боротьбою, зокрема з символікою Організації українських націоналістів та Української повстанської армії, наголошуючи на тому, що українська культура – це також форма спротиву, що відображено й у назві видання [6].

Ефективним способом просування медіа в інстаграмі є публікація розважальних дописів на теми історичного й культурного спрямування, оскільки читачі пересилають їх іншим користувачам або поширюють у сториз. Таким чином підвищуються статистичні показники контенту й збільшується аудиторія.

2. «#ШоТам»

Команда медіа спеціалізується на висвітленні позитивного контенту. Тематика видання охоплює культурні здобутки України, благодійні ініціативи, екосвідомість, захист безпритульних тварин, історії успіху українців, спортивні перемоги, сферу освіти й протидії дезінформації, технічні й наукові досягнення. Окрім того, журналісти популяризують сучасних українських митців.

Як зазначає засновник медіа Сергій Колесніков, «#ШоТам» – видання про українську мрію. За його словами, порівняно з концепцією «американської мрії», що передбачає можливість досягнення суттєвого успіху попри відсутність допоміжних ресурсів на початку, українська мрія – менш амбітна, однак також реалістична. Він пояснює, що в Україні людина може досягти як мінімального, достатнього для себе успіху, так і значного [4].

Основні жанри контенту: замітка, інтерв'ю, стаття. Для оформлення дописів колектив використовує світлі відтінки зеленого, жовтого й блакитного кольорів. Команда медіа публікує контент у форматі постів та рилз. Відео мають субтитри й закадрове озвучення. Активне публікування контенту такого формату збільшує охоплення, оскільки рилз потрапляють не лише у загальну стрічку, а й до окремого розділу, створеного для перегляду відео.

3. «narodkhat»

Команда онлайн-медіа зосереджується на культурі, історії та літературі. У фокусі тематичної спрямованості проєкту – представники мистецької сфери минулих століть, осучаснення літературних робіт класиків, пояснення історичних суспільно-політичних і культурних явищ. Жанри матеріалів – інформаційні й аналітичні статті. В оформленні дописів переважають чорний і білий кольори, що забезпечує зв'язок однієї публікації з іншою, утворюючи цілісність наповнення сторінки.

Для залучення й активності аудиторії колектив медіа впроваджує у свій контент-план пости, створені на основі молодіжних трендів. Наприклад, допис із фактами про видатних постатей зроблений у форматі «red flag/green flag», суть якого полягає у висвітленні позитивних і негативних сторін людини, події чи явища.

4. «Ukraine History»

Колектив медіа популяризує історію серед українців, знайомить із видатними постатями, інформує про злочини радянської влади, розвінчує історичні міфи й російську пропаганду. Матеріали видання сприяють дерусифікації України, зміцненню патріотизму, підвищенню рівня освіченості й демократичності громадян, оскільки порушують соціальні й політичні питання.

Команда «Ukraine History» прагне зробити значний внесок у просвітницьку справу та стати патріотичною частиною активного громадянського суспільства, яке вважає вивчення історії важливим аспектом для загальної освіти, культури й майбутнього України [13]. Серед основних жанрів матеріалів – інформаційна й аналітична статті, інтерв'ю. Дописи оформлені в єдиному стилі, що характеризується використанням темно-сірого й білого кольорів.

Успішним способом поширення контенту «Ukraine History» є колаборації, суть яких полягає у створенні контенту спільно з одним або кількома акаунтами

і подальшому розміщенню публікації у форматі співавторства. Таким чином допис охоплює не лише аудиторію власного медіа, а й також підписників іншого автора. Наприклад, команда медіа здійснювала колаборації із видавництвом «Vivat», національною скаутською організацією України «Пласт», компанією «Абук», що спеціалізується на аудіо- та електронних книгах, Центром стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки тощо.

2.3. Цільова аудиторія медіа «САЛО НАПИСАЛО»

Цільова аудиторія видання – люди від 16 до 35 років, які цікавляться історичною і культурно-мистецькою тематиками, слідкують за суспільно важливими подіями в Україні.

Розподіл аудиторії за країнами [Додаток А]:

1. 71,3% – Україна;
2. 5,8% – Німеччина;
3. 5% – Польща;
4. 2,5% – США;
5. 1,6% – Велика Британія.

13,8% аудиторії – підписники з країн, у кожній з яких перебуває менше читачів, ніж в останньої держави в топі, через що соцмережа не деталізує їх окремо.

Розподіл аудиторії за містами України [Додаток Б]:

1. 31,9% – Київ;
2. 5,4% – Львів;
3. 2,5% – Дніпро;
4. 2,3% – Одеса;
5. 1,5% – Харків.

56,4% підписників мешкають в деяких інших населених пунктах, у кожному з яких менше читачів, ніж у Харкові, тому вони не деталізовані інстаграмом.

Розподіл аудиторії за статтю [Додаток В]:

1. 76,6% – жінки;
2. 23,4% – чоловіки.

Основні інтереси аудиторії:

1. Кінематограф;
2. Художнє мистецтво;
3. Література;
4. Подорожі;
5. Українські традиції;
6. Театр;
7. Музика.
8. Архітектура.

Інформаційні запити молоді, на які відповідає видання:

1. Які культурні заходи відвідати?
2. Що почитати?
3. Що подивитися?
4. Яку музику послухати?
5. Куди помандрувати?

Функції контенту «САЛО НАПИСАЛО»:

1. Зумовлення формування національної ідентичності.
2. Сприяння позбавленню комплексу меншовартості.
3. Поліпшення морального стану українців під час війни.
4. Інформування про суспільно-важливі події України.
5. Спростування міфів про Україну.
6. Збереження національної пам'яті.

Період найбільшої активності підписників — 18:00-21:00 [Додаток Д], відповідно члени команди медіа публікують контент протягом цих годин, щоб залучити якомога більшу аудиторію. Оскільки інстаграм орієнтований передусім

на мобільне користування, більшість людей споживає контент, опублікований на платформі, за допомогою смартфона. З огляду на це колектив медіа створює матеріали з урахуванням особливостей цього пристрою: надає перевагу вертикальному формату публікацій, великому розміру шрифтів і коротким відео.

2.4. Структура і рубрикація медіапроєкту в інстаграмі

Назва онлайн-видання «САЛО НАПИСАЛО» поєднує дві символічні частини: «САЛО» – відсилання до поширеного у світі стереотипу про те, що всі українці люблять сало, «НАПИСАЛО» – вказує на журналістську діяльність. Разом ці елементи формують назву, яка відображає: навіть попри упередження чи недооцінювання, українці здатні на великі звершення.

Інстаграм-акаунт «САЛО НАПИСАЛО» в біографії профілю містить інформацію про видання, яка вказує на його спеціалізацію на новинах та інтерв'ю з фокусом на культурну тематику й орієнтацією на молодіжну аудиторію.

На сторінці також є адреса електронної пошти для зв'язку з командою, посилання на сайт та інші соцмережі видання. У полі для фотографії профілю розміщено логотип, що містить назву медіа, розташовану в чорному квадраті на білому тлі. Композицію доповнюють синій і жовтий кольори, які вказують на те, що видання – українське [Додаток Е]. Першим дописом є закріплений пост із заголовком «Хто ми?» [Додаток Ж], у якому описана діяльність медіа, що сприяє ознайомленню читача з його тематичною спрямованістю. Команда видання спеціалізується на інформаційних жанрах журналістики: замітках, інтерв'ю, репортажах, статтях.

Основні рубрики «САЛО НАПИСАЛО»:

1. «Люди» – містить інтерв'ю із представниками творчих сфер, які є кумирами молоді. Серед них: учасники нацвідборів на пісенний конкурс «Євробачення», зокрема співак YAKTAK і гурт MOLODI, актор театру імені

Івана Франка Михайло Матюхін і акторка Молодого театру Дар'я Грачова, комік Максим Албул, авторка блогу про книжки Ліза Сусік. Важливим фактором під час вибору героя інтерв'ю є його активна громадянська позиція, зокрема організація і поширення зборів на підтримку Сил оборони України та проведення благодійних заходів, спрямованих на підтримку війська.

2. «Мистецтво» – включає матеріали на культурну тематику, наприклад репортажі з музеїв і вистав, добірки культурних заходів. Рубрика містить лонгріди про мистецьке життя у минулому, історію розвитку українського кіно, анімації тощо. Окрім того, команда видання просуває вітчизняний контент, розповідаючи про студії озвучення й дублювання, стендап-коміків і блогерів, а також створюючи добірки українських брендів, зокрема ювелірних виробів.
3. «Наука» – охоплює просвітницькі матеріали наукового й історичного напрямів. Із лонггідів рубрики можна дізнатися про винаходи, які належать українцям (наприклад, гвинтокрил Ігоря Сікорського), історичних постатей, які сприяли формуванню національної ідентичності сучасників і майбутніх поколінь (зокрема, Василь Стус), особливості утворення неологізмів під час російсько-української війни, історію української лайки тощо.
4. «Авторське» – містить колонки членів видання, добірки рекомендацій від редакції, які, наприклад, включають фільми чи пісні. Також рубрика включає обговорення колективом глобальних подій, зокрема фіналу конкурсу «Євробачення». Вона була створена з метою зближення команди «САЛО НАПИСАЛО» з аудиторією.

Другорядні рубрики:

1. «САЛО ПОДОРОЖУВАЛО» – спрямована на інформування аудиторії про маловідомі місця України в різних регіонах, серед яких – Тараканівський форт на Рівненщині та фортеця Тустань на Львівщині.

2. «САЛО РЕКОМЕНДУВАЛО» – у цій рубриці члени команди видання діляться з читачами рекомендаціями українських брендів, просвітницьких проєктів, театральних вистав, музейних виставок, фільмів, серіалів, ютуб-шоу.
3. «САЛО НАБРЕХАЛО» – рубрика присвячена розвінчанню популярних міфів, що стосуються України й суспільних явищ.
4. «САЛО НАШКВАРЧАЛО» – містить добірки оптимістичних новин про Україну. Мета рубрики – сприяти покращенню ментального стану українців в часи війни й формувати уявлення про медіа як про ресурс для споживання інформації, що викликає позитивні емоції.

Окрім того, важливою складовою наповнення інстаграм-сторінки є розважальний контент, зокрема меми, які пов'язані зі святами (Днем студента чи Великоднем) або стосуються загальносуспільних проблем (наприклад, потерпання від спеки влітку).

2.5. Контент та засоби виразності

Оскільки інстаграм базується на публікації світлин, відео чи зображень, візуальний та аудіовізуальний види контенту є основними для «САЛО НАПИСАЛО». До них належать пости, рилз та сториз.

Пости

Являють собою одне чи кілька зображень (максимум – 20), які поступово з'являються на екрані під час гортання [Додаток Ж]. Наприклад, у форматі постів команда «САЛО НАПИСАЛО» здебільшого публікує матеріали, які належать до рубрик «Люди», «Мистецтво», «Наука» й «Авторське».

Для маркування й впізнаваності колектив видання присвоїв кожній рубриці окремий колір: «Люди» – жовтий, «Мистецтво» – рожевий, «Наука» – фіолетовий, «Авторське» – блакитний. При оформленні матеріалів, що належать до якоїсь із рубрик, використовується відповідний колір. Зокрема, він

застосовується для фону чи градієнту на першому слайді, щоб відфільтрувати контент, розміщений на сторінці видання, і допомогти читачам чи потенційним підписникам зорієнтуватися. Окрім того, він застосовується при оформленні решти слайдів, що уніфікує допис і створює враження цілісності.

Здебільшого на останньому слайді розміщені посилання на сайт та решту соцмереж видання, що забезпечує приріст аудиторії на інших платформах.

Рилз

Короткі відео тривалістю від кількох секунд до трьох хвилин, які супроводжуються музикою, мають здебільшого вертикальний формат і підпис знизу.

У рилз-форматі команда «САЛО НАПИСАЛО» переважно публікує аудіовізуальні матеріали, що належать до рубрики «САЛО ПОДОРОЖУВАЛО». Вони являють собою добірку світлин і зображень, доповнених розповіддю ведучої і субтитрами, які є альтернативою аудіодоріжки та проявом інклюзивності.

Ми використовуємо можливість додавання окремого зображення [Додаток И] до відео для показу в стрічці профілю, щоб не порушувати цілісність загального вигляду сторінки. На картинці розміщується світлина місця, про яке йдеться у відео, і заголовок, що заохочує до перегляду, наприклад: «Складна доля Межигір'я», «Що містичного на Хортиці?», «Унікальний храм на Полтавщині».

Окрім того, команда видання використовує рилз для публікації новин із рубрики «САЛО НАШКВАРЧАЛО». Такі матеріали містять текст інформаційного повідомлення, що поступово з'являється в кадрі, доповнений зображеннями, які стосуються новини, і відео на тлі, зняте ведучою під трендовий трек для алгоритмічного просування [Додаток К].

Сториз

Передбачають публікацію зображень, світлин чи відео на 24-годинний період. У цьому форматі найчастіше з'являються обличчя членів колективу видання, що сприяє зближенню з аудиторією. Команда використовує сториз для:

1. «САЛО РЕКОМЕНДУВАЛО». Являє собою низку зображень вертикального формату. Вони містять фото журналіста медіа, який ділиться рекомендацією, текст, розділений на слайди, що супроводжується запитаннями навколо теми, і тематичні світлини [Додаток Л]. Ми залишаємо теги інстаграм-сторінок проєктів чи брендів, які рекомендуємо, для зручності користувачів і заохочення власників акаунтів до репосту, що сприяє збільшенню охоплень і кількості підписників. Інтерактив забезпечує взаємодію з аудиторією, що підвищує емоційний зв'язок читачів із виданням і створює ефект причетності. Алгоритми інстаграму налаштовані на просування контенту, на який активно реагують.
2. «САЛО НАБРЕХАЛО». Складається зі слайдів із запитаннями, які стосуються міфів, доповнених варіантами відповідей, і слайдами, що містять пояснення [Додаток М]. Серед особливостей оформлення – темне тло, візуальні елементи, використання синього кольору для виділення головного і зеленого й червоного для розрізнення правдивої інформації та оманливої.
3. Привітання зі святами, вшанування пам'ятних дат, нагадування про важливі події. Являють собою одну сториз, що повідомляє про саму дату, яку можуть доповнювати слайди із запитаннями для інтерактивності, розповідь про подію і посилання на відповідний матеріал видання на сайті [Додаток Н].
4. Новини. Команда «САЛО НАПИСАЛО» також використовує сториз для оперативного інформування про події, що мають суспільне значення [Додаток П]. До них належать перемоги українців у міжнародних змаганнях, нагадування про те, коли дивитися «Євробачення» тощо.

5. Анонси матеріалів. Для збільшення інтересу аудиторії команда напередодні поширення допису публікує низку слайдів із запитаннями, що стосуються його теми [Додаток Р].

Колектив видання також здійснює колаборації, що сприяє підвищенню впізнаваності акаунту на просторах соцмережі та збільшенню читачів. При виборі учасників колаборації, команда медіа зважає на спрямування контенту, кількість підписників, активність аудиторії та оформлення публікацій. Дизайн дописів, створених у співавторстві, включає поєднання стилів, притаманних усім сторінкам, і додавання логотипів задля забезпечення впізнаваності в соціальній мережі.

2.6. Технічні й програмні засоби

Під час роботи над молодіжним виданням «САЛО НАПИСАЛО» використовуються такі засоби:

Технічні:

1. Ноутбуки – для написання матеріалів, редагування, оформлення дописів, монтажу відео.
2. Смартфони – для створення візуального й аудіовізуального контенту, монтажу, запису аудіо.
3. Камера – для створення високоякісного візуального й аудіовізуального контенту.
4. Мікрофон-петличка – для запису звуку високої якості.
5. Штатив – для зручності запису відео.
6. Павербанки – для забезпечення тривалої роботи пристроїв у разі відсутності доступу до електромережі.

Програмні:

1. Google-документи й Word – для написання й редагування матеріалів.
2. Excel – для створення контент-плану й відстеження статистики.

3. OnlineCorrector і LanguageTool – допоміжні сервіси для коректури й редагування тексту, що виявляють орфографічні, граматичні, лексичні, пунктуаційні, лексичні й стилістичні помилки.
4. Canva, AdobePhotoshop, Figma – графічні редактори, що використовуються для оформлення матеріалів.
5. InShot, VN, AdobePremier, Edius – відеоредактори для монтажу аудіовізуального контенту.
6. Google Meet і Zoom – сервіси для проведення відеоконференцій, які використовуються для запису інтерв'ю онлайн та організації зборів членів команди.
7. Сайт «САЛО НАПИСАЛО» – для використання матеріалів з метою поширення в інстаграмі.
8. Інстаграм – для просування матеріалів.

2.7. Сфера застосування та результати апробації

Акаунт «САЛО НАПИСАЛО» в інстаграмі функціонує як окреме медіа з власною аудиторією. За 4 роки діяльності він зібрав понад 2 700 підписників.

Згідно зі статистикою інстаграм-профілю «САЛО НАПИСАЛО», за період лютий-квітень 2025 року публікації переглянули 23 547 разів, із яких 36% належать читачам, 64% – користувачам, які не підписані на медіа. Серед форматів, які використовує видання, найбільше охоплень зібрали пости – 75,4% від загальної кількості, сториз – 13,1%, рилз – 11,5% [Додаток С].

Приклади успішних публікацій видання:

1. Інтерв'ю зі співачкою GRISANA у форматі допису [Додаток Т], опубліковане у співавторстві з героїнею матеріалу:

- 17 347 перегляди;
- 286 взаємодій (249 вподобайок, 4 коментарі, 7 поширень і 26 збережень);
- 8 нових підписників.

1. Рилз «Прем'єра в Молодому театрі» про виставу «Зілля» [Додаток У], опублікований у співавторстві з інстаграм-акаунтом Молодого театру:
 - 15 152 переглядів;
 - 585 взаємодій (474 вподобайки, 4 коментарі, 62 поширення і 45 збережень).
 - 4 нових підписники.
2. Допис «За лаштунками Одеських ресторанів: походження, легенди та невідомі факти», опублікований спільно з акаунтом про заклади харчування @i_sho_kuda_odesa [Додаток Ф]:
 - 14 129 переглядів;
 - 392 взаємодії (248 вподобайок, 5 коментарів, 29 поширень, 110 збережень).
 - 18 нових читачів.

Приклади неуспішних публікацій:

1. Серія сториз «САЛО НАБРЕХАЛО» про чернече життя в Києво-Печерській лаврі XVII ст. – найвищим показником є 94 охоплених облікових записів [Додаток Х].
2. Серія сториз «САЛО РЕКОМЕНДУВАЛО» про проєкт культури «Сноби» – найвищим показником є 97 охоплених облікових записів [Додаток Ц].
3. Анонс матеріалу «Добірка українських ювелірних брендів» рубрики «Мистецтво» – 106 перегляди [Додаток Ш].

Окрім того, команда видання використовує інстаграм-аканут «САЛО НАПИСАЛО» як платформу для поширення зборів на потреби Сил оборони, оскільки прагне просувати серед молоді важливість підтримки українського війська. Спільно з благодійними фондами, що продемонстрували свою надійність, ми створюємо дописи з оголошенням про збір коштів і публікуємо їх у форматі співавторства. Щоб заохотити аудиторію підтримати волонтерську

ініціативу грошовим внеском, команда влаштовує розіграші подарунків серед тих, хто долучився до збору.

Наприклад, до Дня Незалежності колектив «САЛО НАПИСАЛО» спільно з волонтерською організацією «СУВІАТО», яка допомагає військовим і ветеранам війни, провів збір коштів на спеціальні пов'язки для захисників, просякнуті гемостатиком. Завдяки «Кровоспасам» можна оперативно зупинити кровотечу й врятувати життя пораненим. У межах збору було розіграно шопер, який розмалювала команда «САЛО НАПИСАЛО» [Додаток ІІІ].

Після завершення збору й купівлі «Кровоспасів» для 1-ї стрілецької роти 154 окремої механізованої бригади та підрозділу безпілотних авіаційних комплексів 4-ї окремої танкової бригади колектив видання спільно з «СУВІАТО» відзвітував про результати збору й розіграшу в окремому дописі, який містить фото військовослужбовців із кровоспинними засобами [Додаток ІV]. Таким чином команда «САЛО НАПИСАЛО» підвищує довіру до медіа серед аудиторії і заохочує долучатися до майбутніх благодійних ініціатив.

2.8. Висновки

У межах роботи було здійснено аналіз специфіки просування молодіжного медіа в інстаграмі на прикладі інтернет-видання «САЛО НАПИСАЛО», що включав розгляд особливостей платформи, цільової аудиторії, контенту медіа подібного спрямування задля виокремлення ефективних способів популяризації видання й визначення дієвих методів для власного проєкту.

Вивчення можливостей інстаграму як платформи для поширення матеріалів медіа виявило, що серед його переваг – орієнтованість на візуальний та аудіовізуальний контент, можливість оперативної подачі інформації, створення й редагування контенту безпосередньо в застосунку, публікація постів у співавторстві з іншими акаунтами, відстеження статистики профілю, взаємодія з аудиторією через особисті повідомлення, коментарі й відповіді на сториз,

проведення інтерактивів. Окрім того, було встановлено, що вибір інстаграму як платформи для просування контенту медіа молодіжного спрямування є доцільним, оскільки соцмережа має популярність серед цільової аудиторії.

Аналіз інтересів молоді для формування тематики контенту медіа засвідчив, що після початку повномасштабної війни з Росією серед людей віком 14-34 років зросла важливість вивчення української історії, споживання українського контенту, спілкування державною мовою, користування вітчизняними товарами й послугами, волонтерської діяльності. Зараз молодь найбільше відвідує кінотеатри, книжкові магазини, музеї та виставки. Серед читацьких уподобань юнацтва переважають: сучасна література українських авторів, книги, які сприяють творчому розвитку, і видання про психологію. За таких обставин особливого значення набувають медіа, орієнтовані на висвітлення української історії, розповіді про культуру й популяризацію вітчизняних діячів творчої сфери.

Аналіз успішних інстаграм-акаунтів медіа подібного спрямування виявив, що продуктивними методами популяризації інтернет-видання є колаборації, публікація розважального контенту, адаптація трендів під власний стиль і тематику, створення мультимедійного контенту.

Шляхом публікації різних форматів контенту на акаунті САЛО НАПИСАЛО» було визначено, що найефективнішими способами просування молодіжного видання є пости й рилз на тему культури, інтерв'ю з відомими представниками творчої сфери, репортажі з мистецьких заходів. Згідно зі статистикою акаунту, такі матеріали мають попит серед аудиторії, оскільки з ними активно взаємодіють через вподобайки, коментарі й поширення. Здійснення колаборацій для створення контенту і його подальша публікація на кількох акаунтах забезпечує збільшення охоплень та приріст аудиторії. Спільна публікація з авторитетним обліковим записом сприяє підвищенню рівня довіри серед потенційних підписників до видання та позитивно впливає на його

репутацію. Створення й розповсюдження розважального контенту стимулює взаємодію аудиторії з матеріалами й заохочує до поширення, що покращує алгоритмічне просування.

Щоб утримувати увагу підписників і збільшувати їхню кількість, команда «САЛО НАПИСАЛО» досліджує інтереси молоді, послуговуючись соціологічними опитуваннями й аналізом тенденцій серед юнацтва, оперативно реагуючи на зміни. Публікація тем, які цікавлять цільову аудиторію, забезпечує взаємодію з контентом і збільшення кількості читачів. Окрім того, колектив онлайн-медіа створює мультимедійний контент, оскільки поєднання відеоряду, аудіосупроводу, субтитрів та візуальних елементів сприяє доступності сприйняття інформації для широкої аудиторії. Загалом стратегія просування інтернет-медіа «САЛО НАПИСАЛО» забезпечує формування активної спільноти навколо видання, покращення впізнаваності та репутації в культурному середовищі.

III. СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Берковський В. Як війна вплинула на культурне дозвілля молодих українців? Українська правда. 2023. URL: <https://life.pravda.com.ua/columns/2023/03/15/253324/>
2. Віхров М. Олексій Сокирко: «Відсутність знань про свою еліту в минулому формує комплекс меншовартості в сучасного українця». Український тиждень. 2021. URL: <https://surl.li/gdguqp>
3. Закон України «Про основні засади молодіжної політики». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1414-20#n356>
4. Зубар Д. «Навіть у найтемніші часи є місце для світлих історій». Як «ШоТам» працює з позитивними новинами під час повномасштабної війни (оновлено). Медіамейкер. 2025. URL: <https://surl.lu/vptqkg>
5. Історична пам'ять: результати соціологічного опитування дорослих жителів України. Аналітичний звіт. Київський міжнародний інститут соціології. 2023. С. 9. табл. 3. URL: <https://surl.lu/pxaouyp>
6. Карпінська В. Червоне, чорне, українське. Як «Бунт» зі студентської ініціативи розвивається в медіа про культуру й толерантність. Медіамейкер. 2024. URL: <https://surl.lu/algunh>
7. Костюченко Т., Волосевич І., Info Sapiens. Вплив війни на молодь в Україні. Дослідження. 2024. С. 22. С. 60. URL: <https://surl.li/obmgzd>
8. Куликов А., Кузьменко Л., Дворовий М., Дуцик Д., Куш Л. – К. : Комісія з журналістської етики. Посібник з журналістської етики. 2023. С. 121-128. URL: <https://cje.org.ua/library/posibnyk-z-zhurnalistskoi-etyky/>
9. Національне опитування молоді. Центр аналізу та соціологічних досліджень Міжнародного республіканського інституту. Національне опитування молоді. 2024. С. 20 URL: <https://surli.cc/aspnzdz>

10. Паянок Н. До Дня молоді в Україні: результати соціологічного дослідження Державна бібліотека України для юнацтва. 2022. URL: <https://www.nas.gov.ua/UA/Messages/Pages/View.aspx?MessageID=9304>
11. Професійні журналістські стандарти: інформаційна довідка. Інститут масової інформації. 2020. URL: <https://surli.cc/pfoilq>
12. Рівень обізнаності громадян України щодо історії країни – експертне обговорення результатів соцдослідження. Фонд Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва. 2024. URL: <https://surli.cc/vsgzpg>
13. Ukraine History: про нас. URL: <https://ukraine-history.com/pro-nas/>

IV. ДОКУМЕНТАЦІЯ

Додаток А

Статистика підписників інстаграм-акаунту «САЛО НАПИСАЛО» за країнами

Топ розташувань

Міста

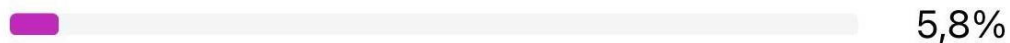
Країни

Україна



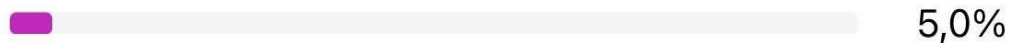
71,3%

Німеччина



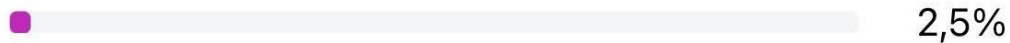
5,8%

Польща



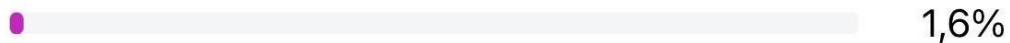
5,0%

Сполучені Штати Америки



2,5%

Велика Британія



1,6%

Додаток Б

Статистика підписників інстаграм-акаунту «САЛО НАПИСАЛО» за містами

Топ розташувань

Міста

Країни

Київ



31,9%

Львів



5,4%

Одеса



2,5%

Dnipro



2,3%

Kharkiv

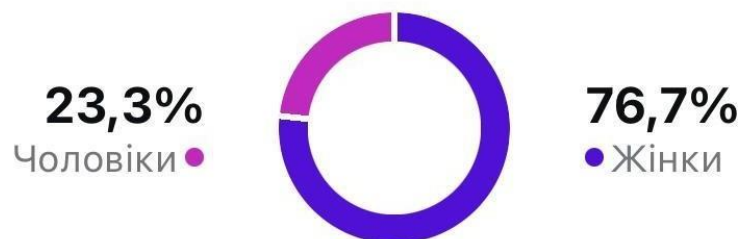


1,5%

Додаток В

Статистика підписників інстаграм-акаунту «САЛО НАПИСАЛО» за статями

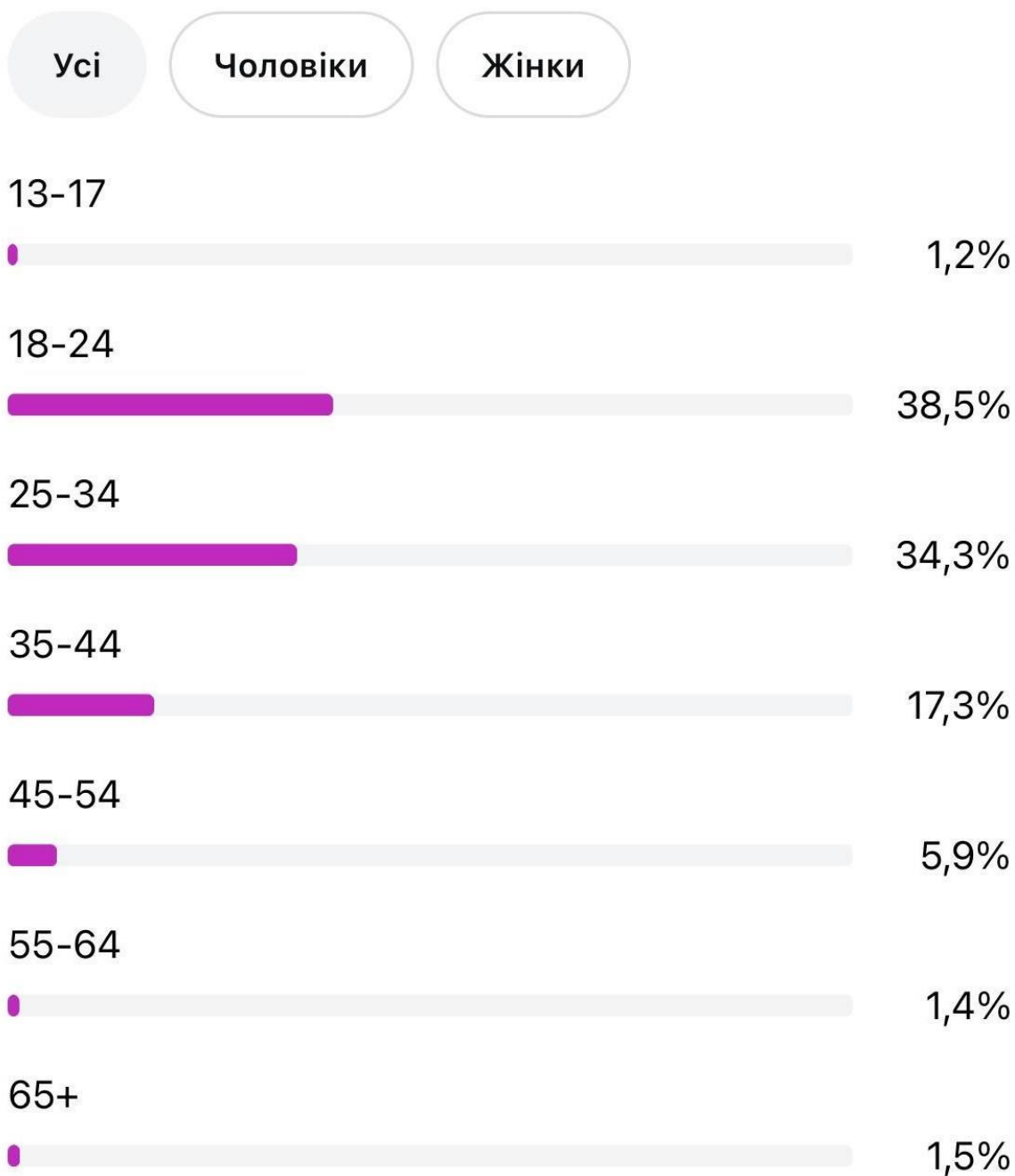
Стать



Додаток Г

Віковий діапазон аудиторії

Віковий діапазон



Додаток Д

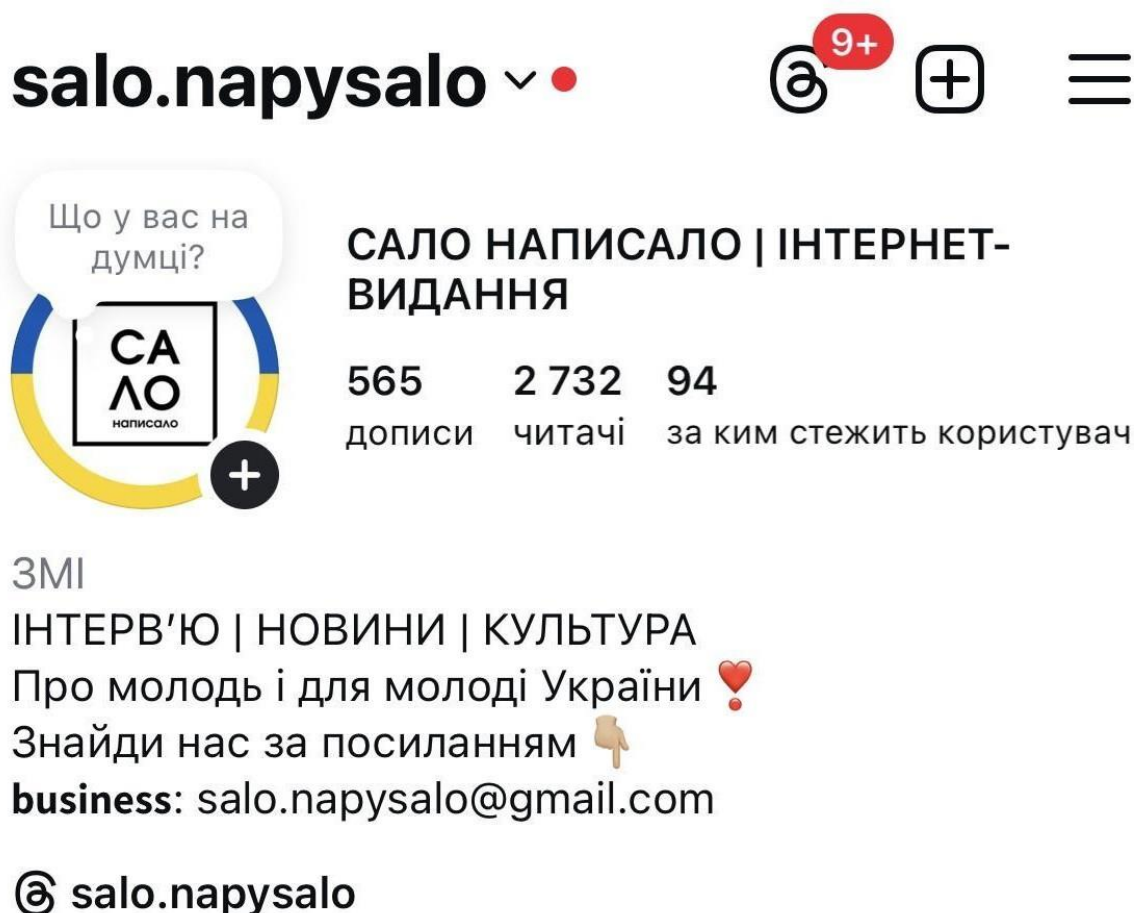
Періоди найбільшої активності

Періоди найбільшої активності



Додаток Е

Сторінка акаунту «САЛО НАПИСАЛО» в інстаграмі



Додаток Ж

Пост «Хто ми?»

САЛО

НАПИСАЛО

ХТО МИ?

Не новинний портал, не жовта преса та навіть не дипломна робота.



«САЛО НАПИСАЛО» — це інтернет-видання, що висвітлює українську культуру та популяризує вітчизняну ідею серед молоді. Ми показуємо вам Україну красивою, унікальною, інноваційною та цікавою.

Для нас важлива ідентифікація українців як нації, усвідомлення кожним молодим громадянином самобутності нашої держави. Ми допоможемо вам позбавитися комплексу меншовартості та полюбити Україну по-новому: ще сильніше та більш свідомо.

*Це шкварочка — наш персонаж, із яким у нас є стікери в телеграмі



ЧОМУ «САЛО НАПИСАЛО»?

Сало — це асоціація з поширеним стереотипом про українців, які завжди в холодильнику мають цей продукт. Дієслово «написало» є простою римомою, що пояснює рід нашої діяльності.

НАШ САЙТ:
www.salonapysalo.com.ua



salonapysalo



РУБРИКИ

«Люди» — інтерв'ю з цікавими особистостями про їхні проекти, життєвий і творчий шляхи.

«Мистецтво» — матеріали на мистецьку тематику: відгуки й репортажі з культурних заходів, огляди головних подій культури України тощо.

«Наука» — матеріали про досягнення українців у сферах технологій, екології, бізнесу й т. ін.; лонгріди на історичну тематику.

«Авторське» — колонка редакторів видання.

РУБРИКИ

«САЛО НАШКВАРЧАЛО» — добірка позитивних новин за поточний тиждень.

«САЛО РЕКОМЕНДУВАЛО» — наша постійна рубрика з рекомендаціями різних проектів, людей та паблків.

«САЛО НАБРЕХАЛО» — наша постійна рубрика з розвінченням міфів на різні тематики.

«САЛО ПОДОРОЖУВАЛО» — наша постійна рубрика, у якій ми розповідаємо про цікаві локації в Україні, підтримуючи так внутрішній туризм.

*Саме так реагує редакція видання, коли ви взаємодієте із цими рубриками





САЛО НАПИСАЛО

Головна сторінка Сторінки Наше варчало Авторське Про нас Загальні відомості

Прочитати **повні версії матеріалів** ви зможете на нашому сайті.

Якщо хочете дізнатися про видання більше, заходьте в розділ **«Про нас»**.

Якщо хочете опублікувати в нас свій матеріал або долучитися до команди видання, заходьте в розділ **«Зворотний зв'язок»**.

ПІДПИСУЙТЕСЯ!

Ми будемо дуже раді новим читачам.



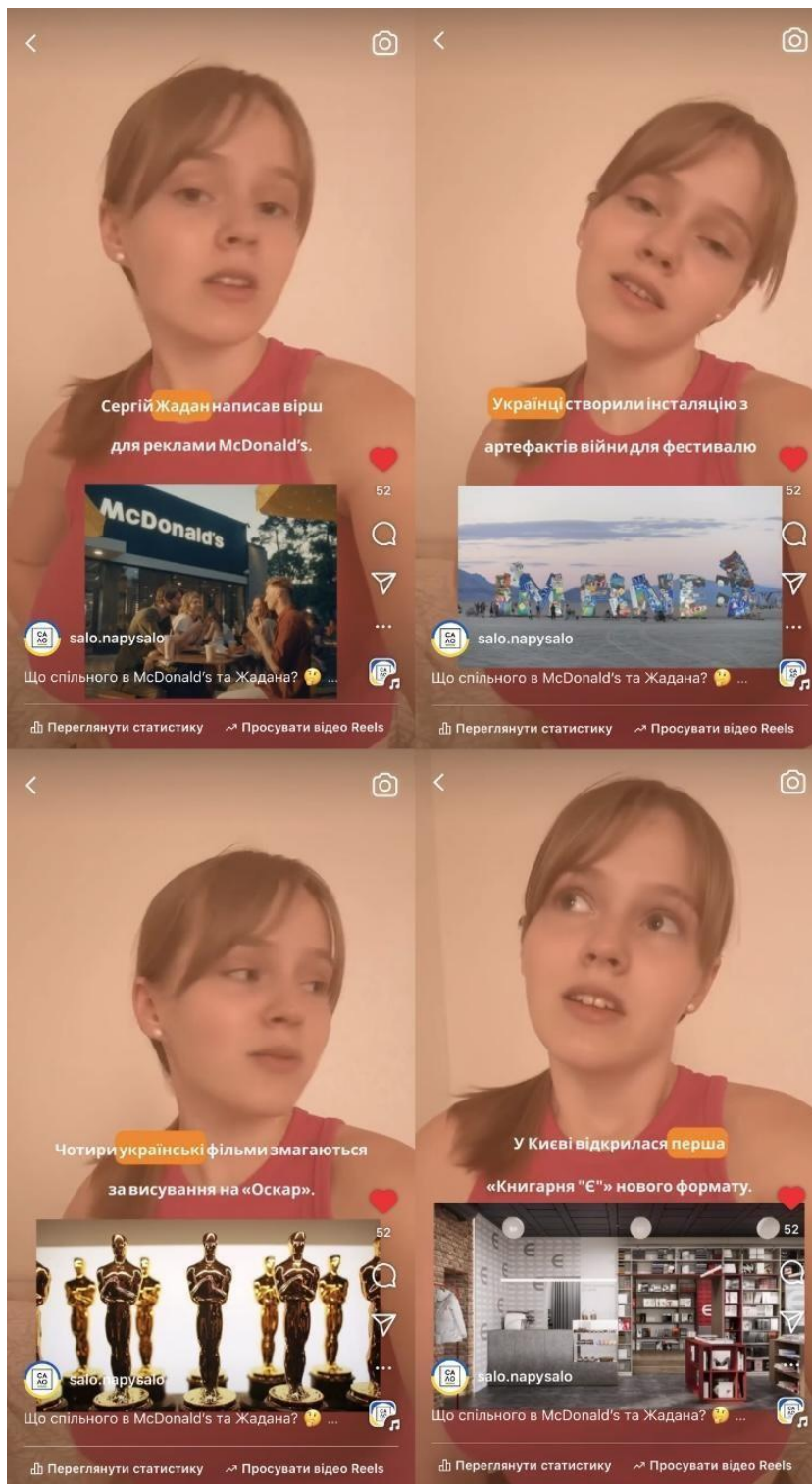
Додаток И

Приклад обкладинки відео з рубрики «САЛО ПОДОРОЖУВАЛО»



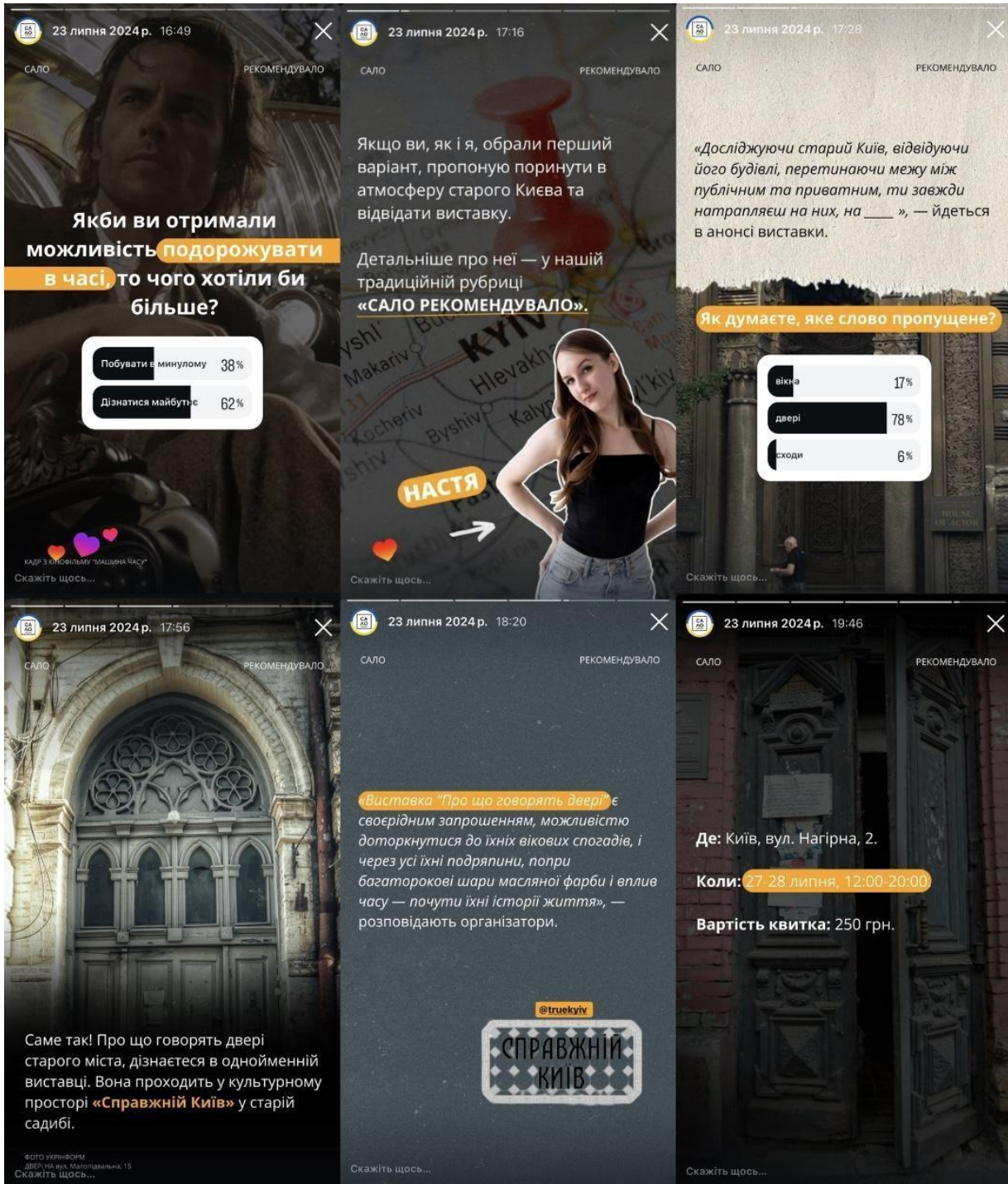
Додаток К

Приклад матеріалу з рубрики «САЛО НАШКВАРЧАЛО»



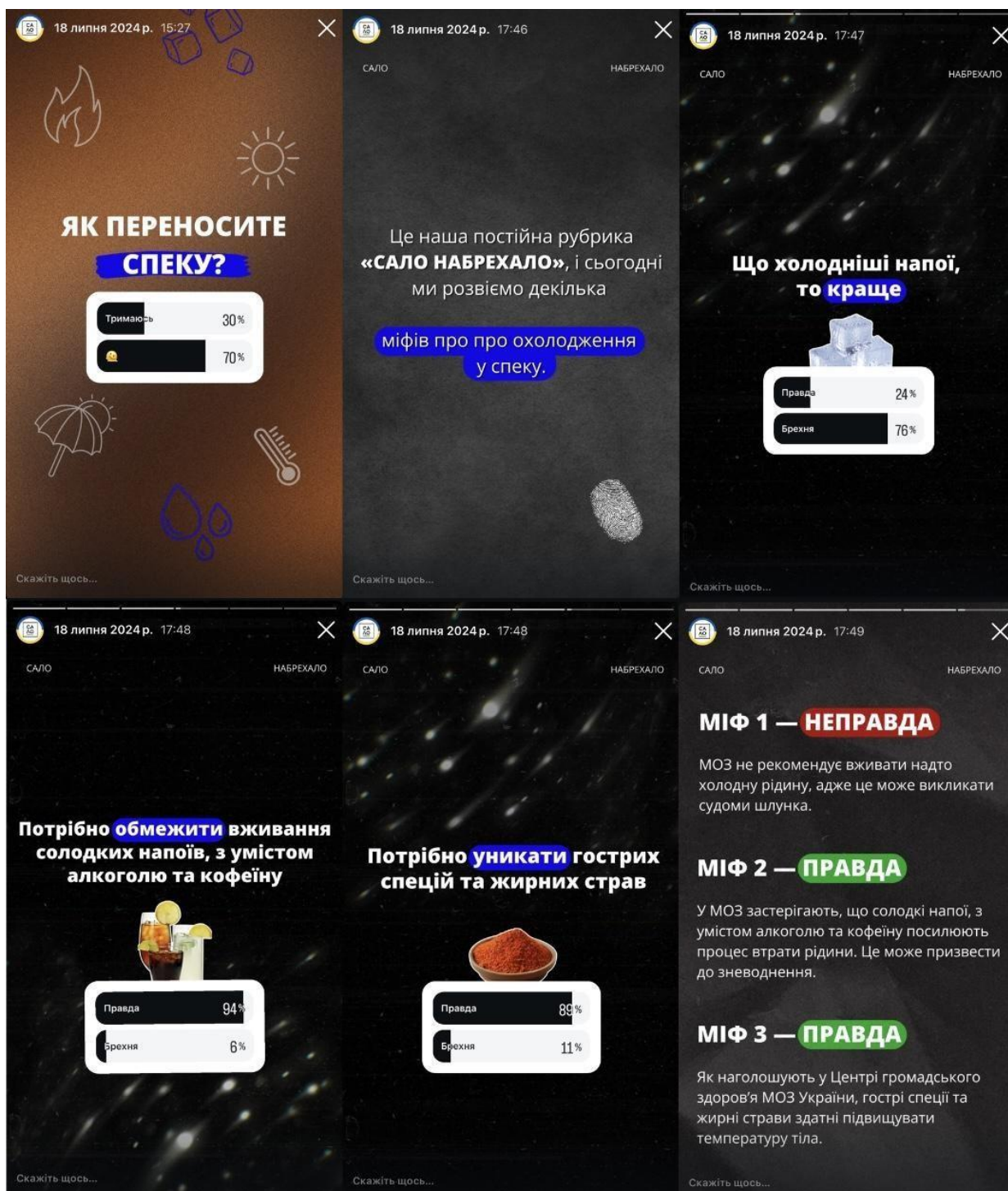
Додаток Л

Приклад матеріалу з рубрики «САЛО РЕКОМЕНДУВАЛО»



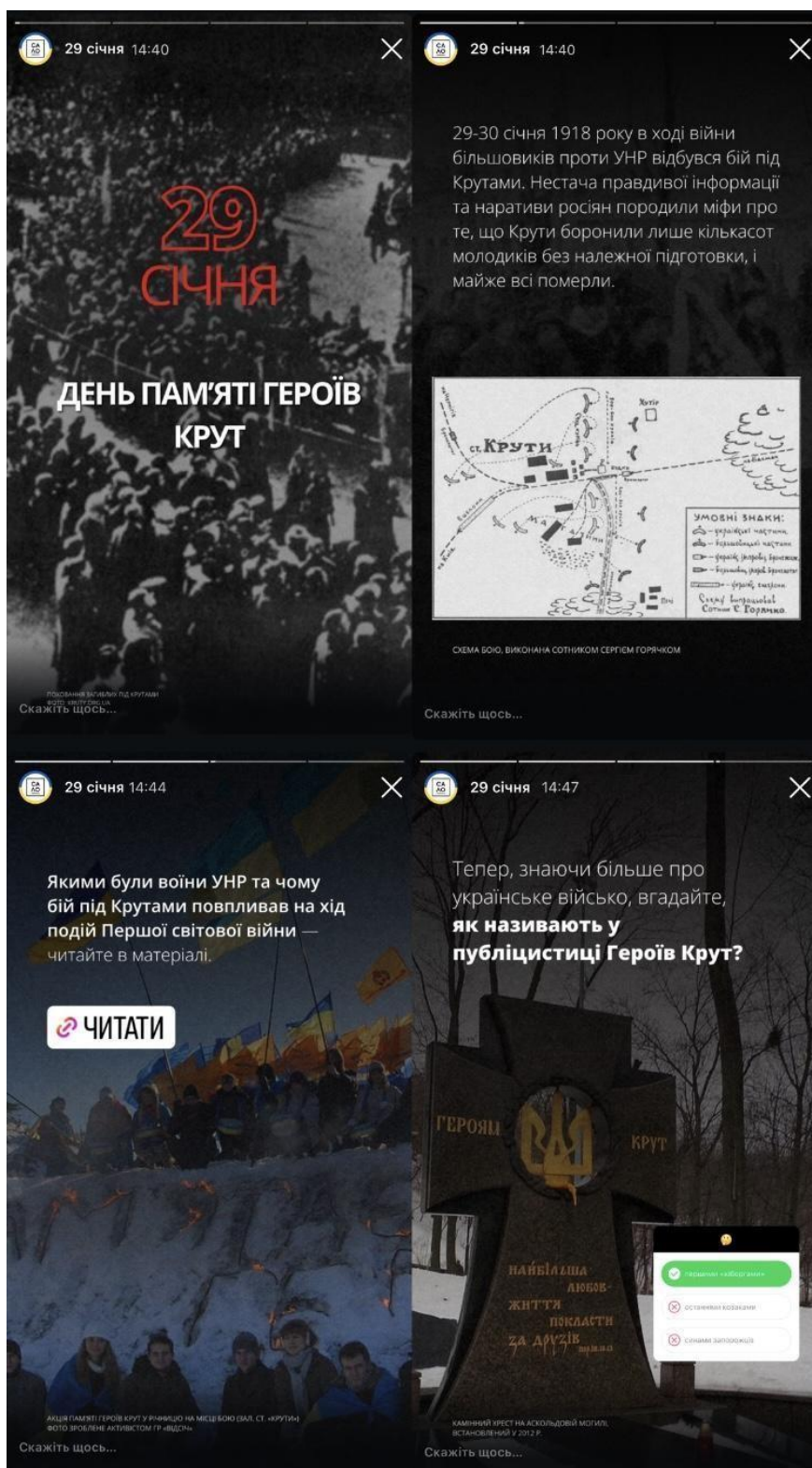
Додаток М

Приклад матеріалу з рубрики «САЛО НАБРЕХАЛО»



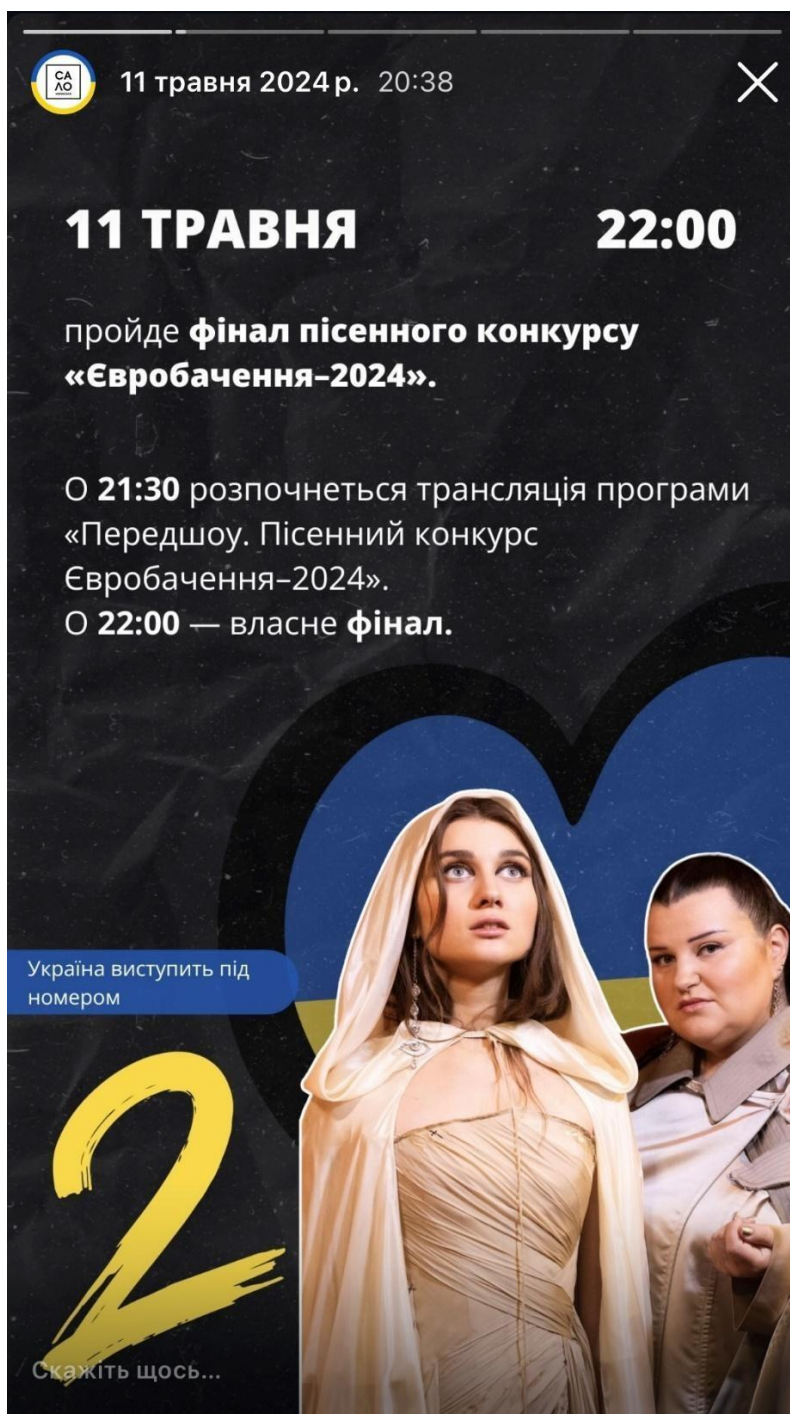
Додаток Н

Приклад серії сторіс «САЛО НАПИСАЛО», присвяченої до історичної події



Додаток П

Приклад подачі новин «САЛО НАПИСАЛО»



САЛО 11 травня 2024 р. 20:38

11 ТРАВНЯ 22:00

пройде **фінал пісенного конкурсу «Євробачення-2024».**

О **21:30** розпочнеться трансляція програми «Передшоу. Пісенний конкурс Євробачення-2024».

О **22:00** — власне **фінал.**

Україна виступить під номером

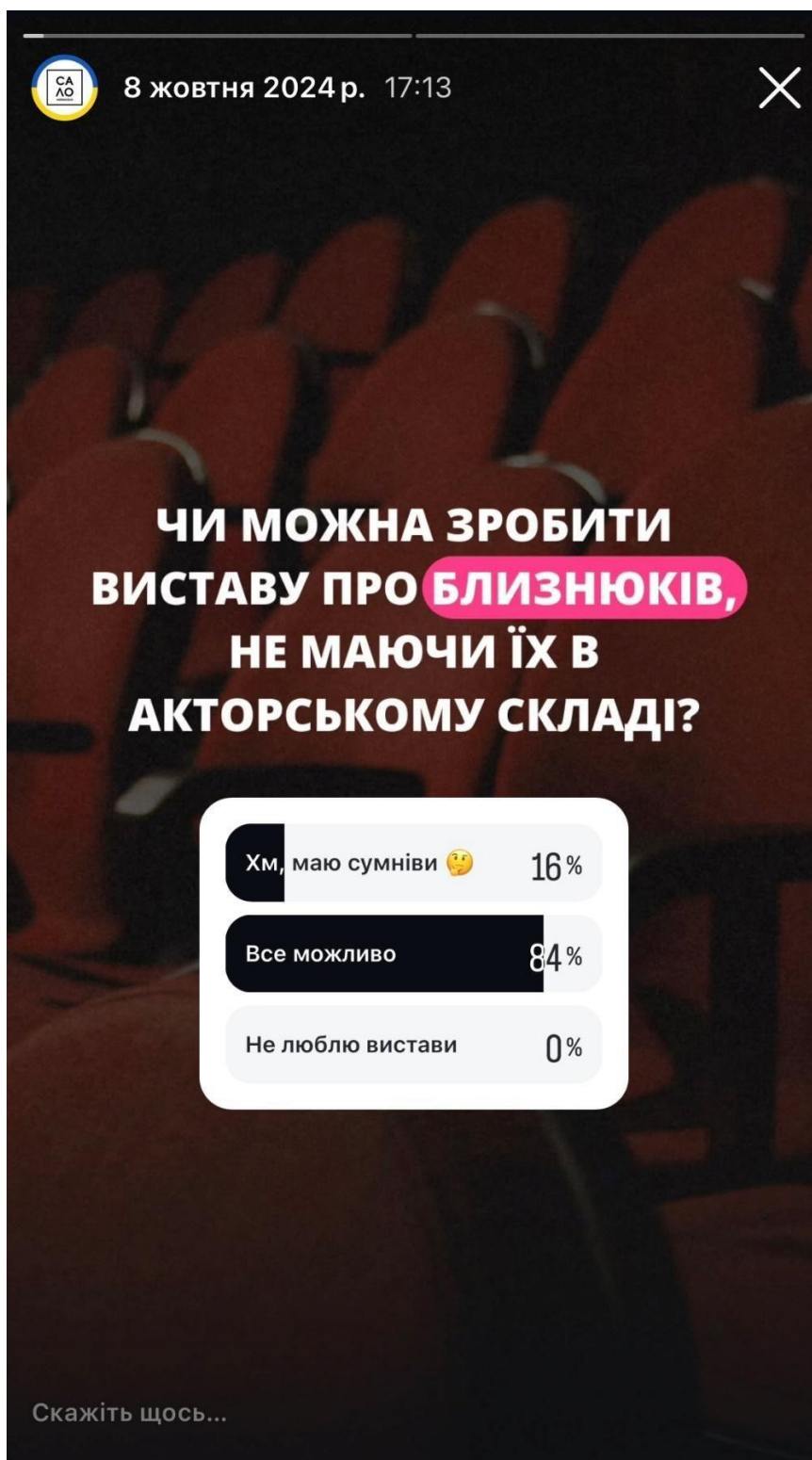
2

Скажіть щось...

The image is a screenshot of a social media post from the account 'САЛО НАПИСАЛО'. The post is dated '11 травня 2024 р. 20:38'. The main text announces the 'фінал пісенного конкурсу «Євробачення-2024»' (final of the Eurovision Song Contest 2024) on '11 ТРАВНЯ' (May 11) at '22:00'. It also mentions a 'Передшоу' (pre-show) starting at '21:30'. A blue banner states 'Україна виступить під номером' (Ukraine will perform under the number) followed by a large yellow number '2'. At the bottom, it says 'Скажіть щось...' (Say something...). The background features a woman in a white dress and veil, and another woman in a grey jacket, set against a dark background with a large white heart shape.

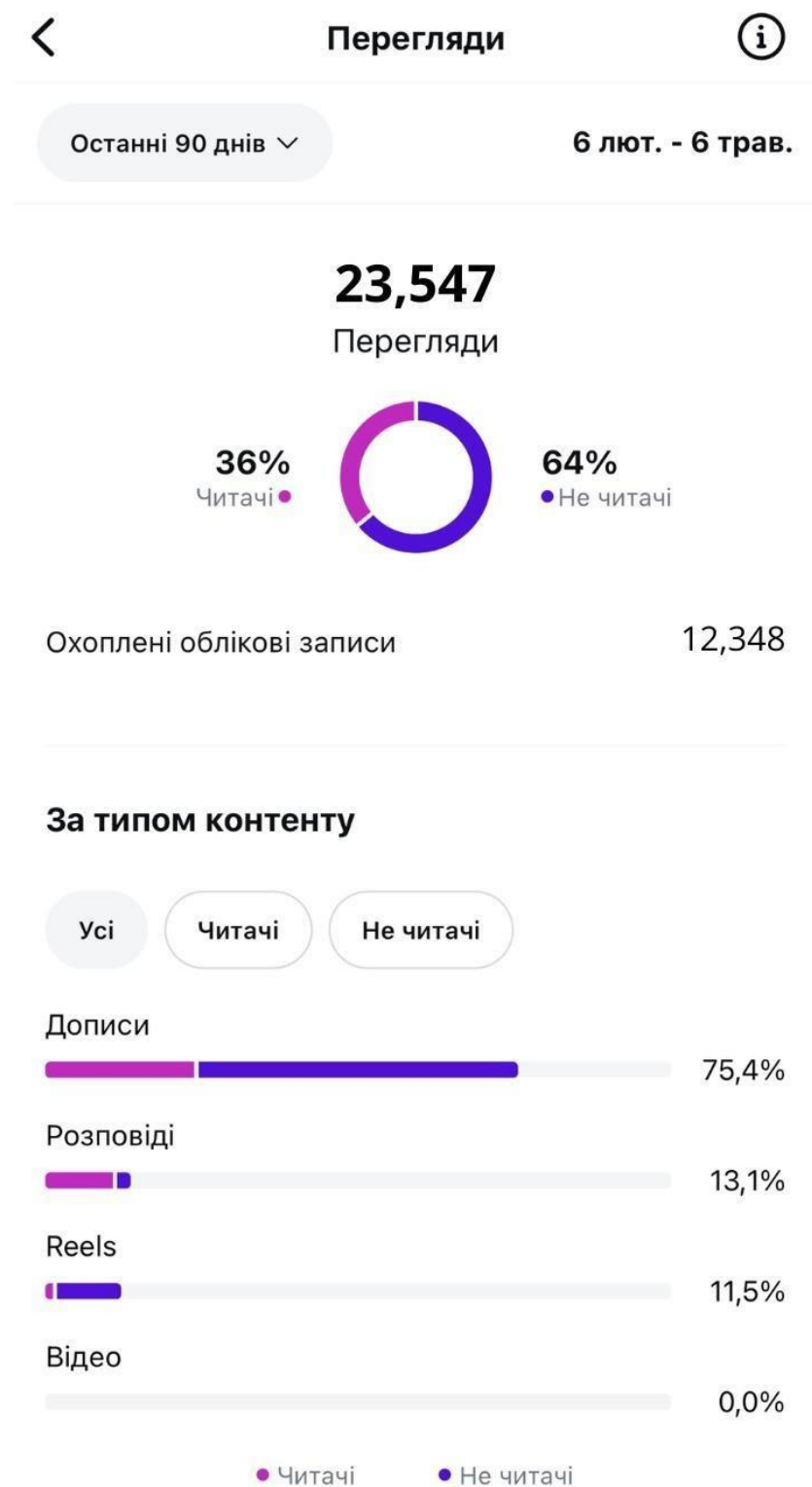
Додаток Р

Приклад анонсу матеріалу



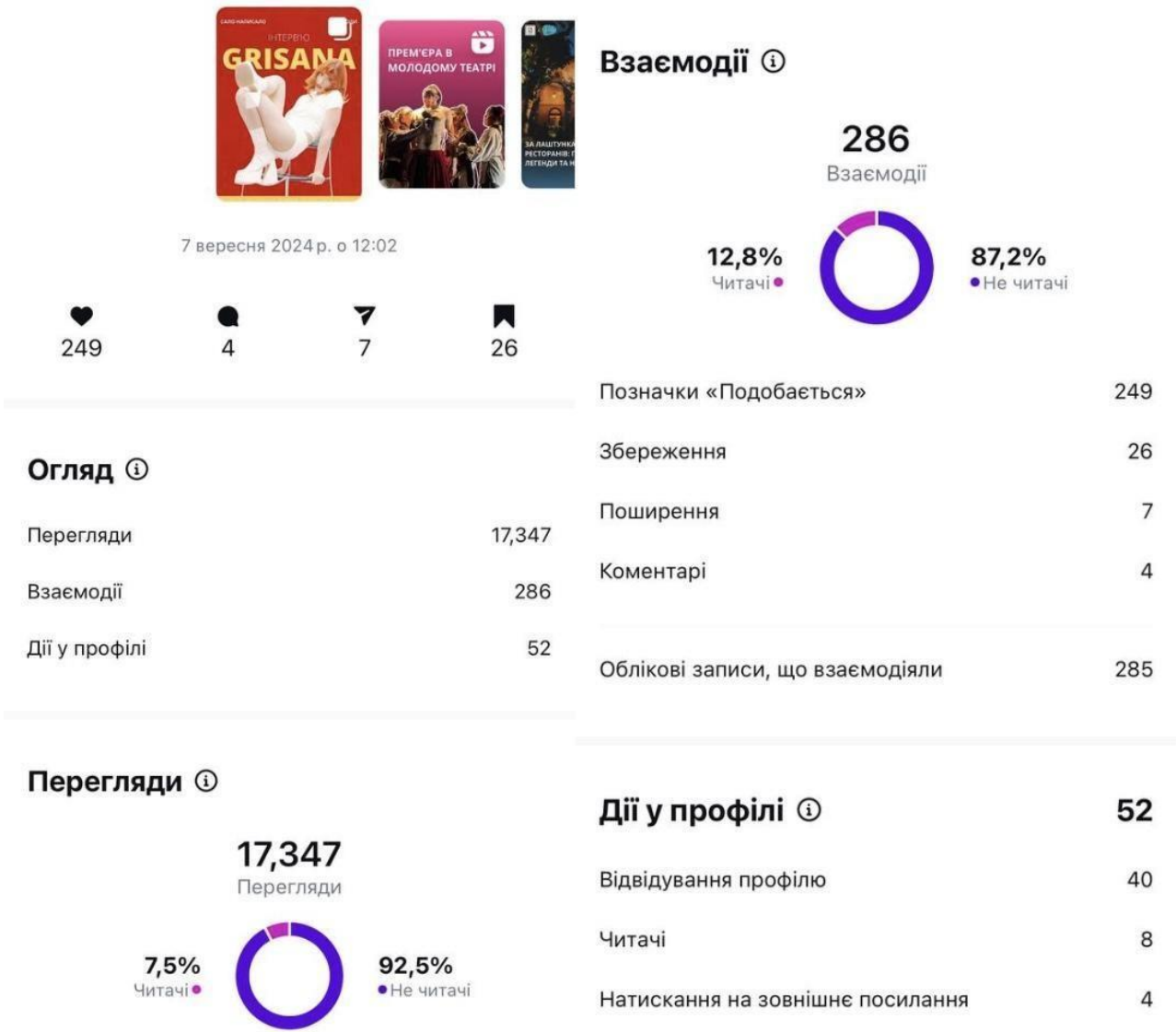
Додаток С

Статистика облікового запису «САЛО НАПИСАЛО» в інстаграмі



Додаток Т

Статистика інтерв’ю зі співачкою GRISANA у форматі допису



Додаток У

Статистика рилз «Прем’єра в Молодому театрі» про виставу «Зілля»



Перегляди
15,152

Час перегляду

1 дн. 3 год 21 хв 30 с

Середній час перегляду

10 с

ЗІЛЛЯ, ЯКЕ ЗМІНИТЬ ЖИТТЯ 🙄
27 травня 2024 р. · Тривалість: 1:12

15 тис.

474

4

62

45

Огляд ⓘ

Охоплені облікові записи

7,958

Взаємодії з відео Reels

585

Дії в профілі

4

Взаємодії з відео Reels ⓘ
585

Позначки «Подобається»

474

Поширення

62

Збереження

45

Коментарі

4

Дії в профілі ⓘ
4

Початки стеження

4

Додаток Ф

Статистика допису «За лаштунками Одеських ресторанів: походження, легенди та невідомі факти»

Взаємодії ⓘ

392
Взаємодії

14,4%
Читачі

85,6%
Не читачі

27 липня 2024 р. о 17:22

♥
248

💬
5

🔼
29

🔖
110

Огляд ⓘ

Позначки «Подобається»248

Збереження110

Поширення29

Коментарі5

Перегляди14,129

Взаємодії392

Дії у профілі80

Облікові записи, що взаємодіяли362

Перегляди ⓘ

14,129
Перегляди

8,5%
Читачі

91,5%
Не читачі

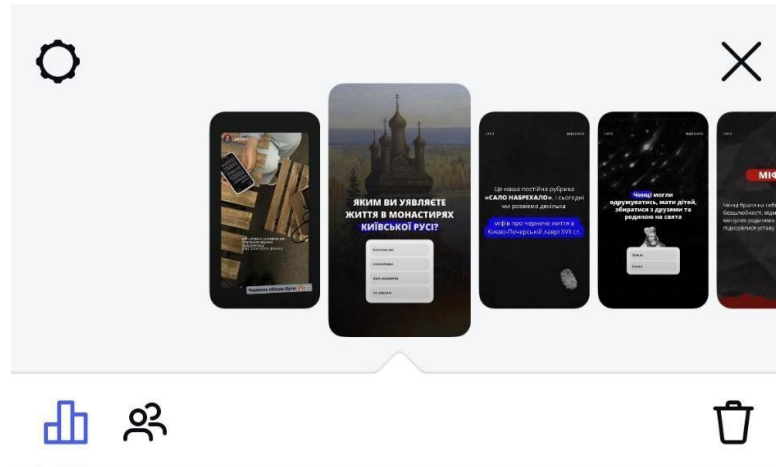
Дії у профілі ⓘ

Відвідування профілю62

Читачі18

Додаток X

Статистика вступної сториз «САЛО НАБРЕХАЛО» про чернече життя в Києво-Печерській лаврі XVII ст.



Огляд ⓘ

Охоплені облікові записи	94
Облікові записи, що взаємодіяли	--
Дії у профілі	2

Охоплення ⓘ



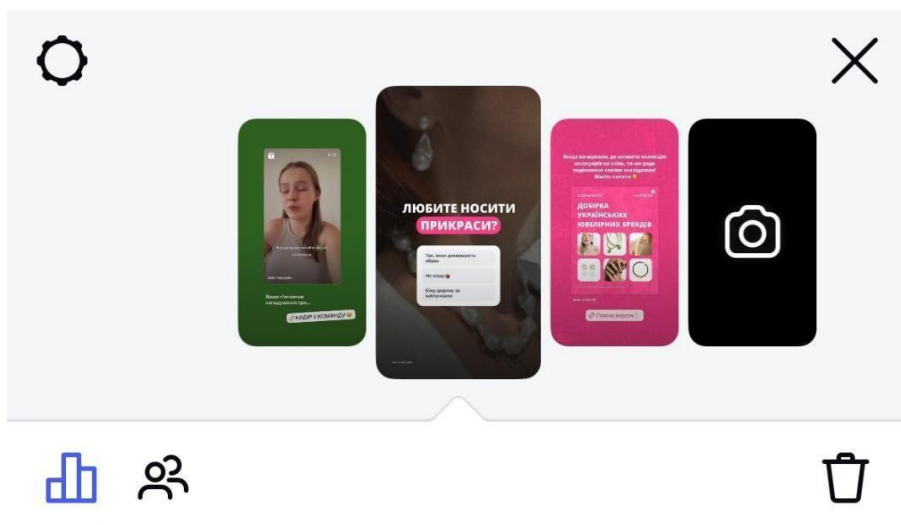
Додаток Ц

Статистика вступної сториз «САЛО РЕКОМЕНДУВАЛО» про проєкт культури «Сноби»



Додаток III

Статистика анонсу матеріалу «Добірка українських ювелірних брендів» рубрики «Мистецтво»



Огляд ⓘ

Перегляди	106
Взаємодії	1
Дії у профілі	2

Перегляди ⓘ



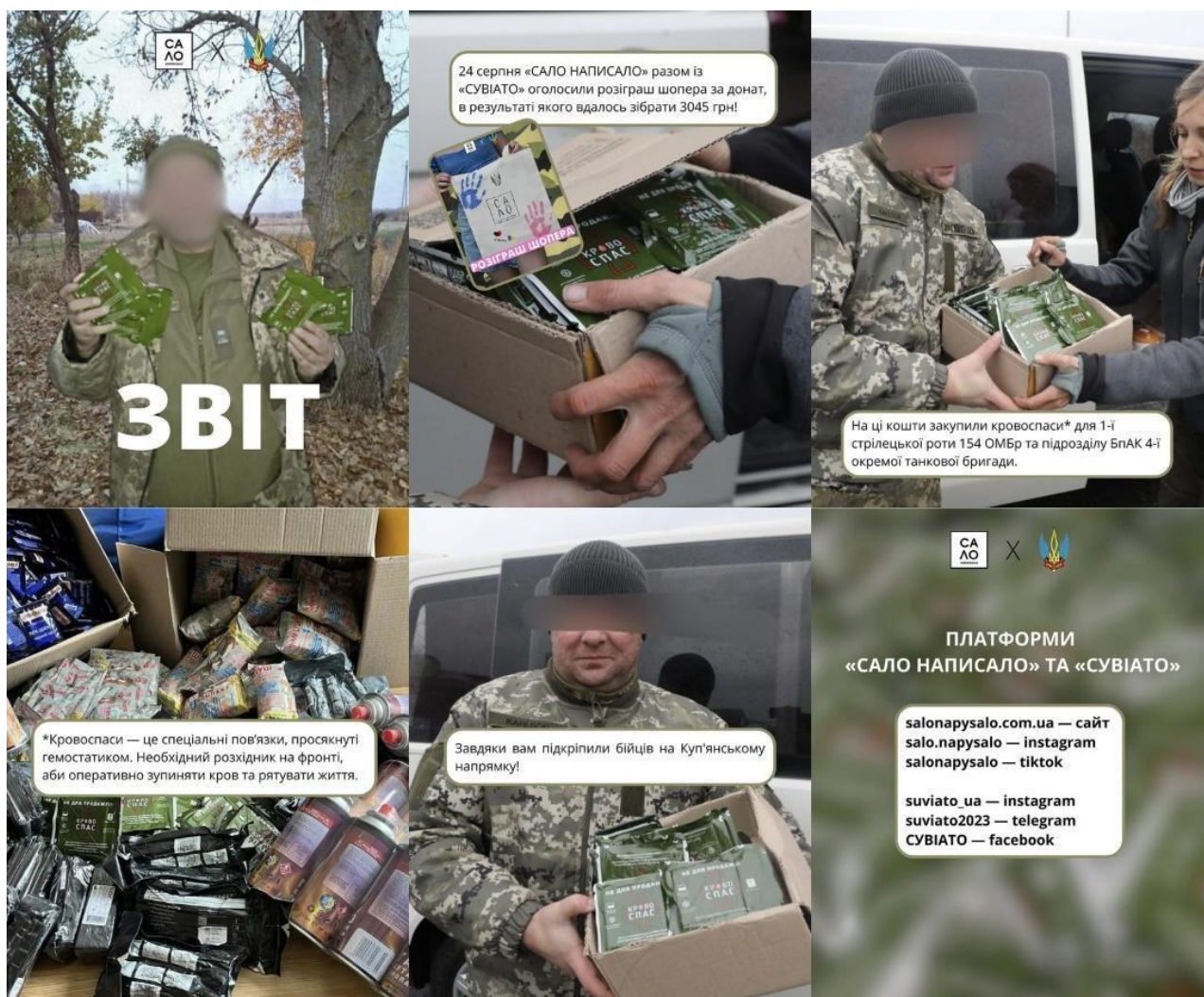
Додаток Щ

Допис-оголошення про розіграш шопера в межах збору коштів на «Кровоспаси»
для військових



Додаток Ю

Допис-звіт про отримання військовими «Кровоспасів»



V. АНОТАЦІЯ

Кубицька А. Специфіка просування молодіжного медіа в інстаграмі (на прикладі «САЛО НАПИСАЛО»)

Ключові слова: молодіжне медіа, соціальні мережі, просування, культура, історія, мистецтво, Україна, контент.

«САЛО НАПИСАЛО» – онлайн-медіа молодіжного спрямування, орієнтоване на висвітлення історичної тематики й напрямів, пов'язаних із культурою і мистецтвом, популяризацію українського контенту, представників творчої сфери, інформування про суспільно важливі події. Команда видання створює умови для покращення морального стану аудиторії під час повномасштабного вторгнення шляхом публікації позитивних новин про Україну. Проєкт також сприяє формуванню самоідентифікації українців, подоланню відчуття неповноцінності щодо своєї нації та розвінчання поширених міфів, які стосуються України й суспільних явищ. Колектив медіа прагне відповідати на інформаційні запити цільової аудиторії шляхом публікації матеріалів на теми, які цікавлять молодь. До тематичних напрямів «САЛО НАПИСАЛО» належать: кінематограф, театр, музика, історія, архітектура, література, художнє мистецтво тощо. Команда видання також розповідає про туристичні місця України й ділиться власними рекомендаціями вітчизняних проєктів, брендів, культурних заходів, освітніх курсів і закладів. Медіа реалізується в інстаграмі, що передбачає розміщення візуального й аудіовізуального видів контенту. Для поширення матеріалів команда видання використовує усі формати, запропоновані соцмережею: пости, рилз та сториз. Колектив «САЛО НАПИСАЛО» також взаємодіє із читачами через коментарі й особисті повідомлення та проводить інтерактиви у сториз.

ANNOTATION

Kubytska A. Specifics of promoting youth media on Instagram (on the example of «SALO NAPYSALO»)

Keywords: youth media, social networks, promotion, culture, history, art, Ukraine, content.

«SALO NAPYSALO» is a youth-oriented online media focused on covering historical topics and areas related to culture and art, popularizing Ukrainian content, representatives of the creative sphere, and informing about socially important events. In addition, the team creates conditions for improving the morale of the audience during a full-scale invasion by publishing positive news about Ukraine. The project also contributes to the formation of self-identification of Ukrainians, overcoming the feeling of inferiority towards their nation and debunking common myths about Ukraine and social phenomena. The media team strives to respond to the information needs of the target audience by publishing materials on topics of interest to young people. Thematic focus of «SALO NAPYSALO» includes: cinema, theater, music, history, architecture, literature, art, etc. The team of the publication also provides information about tourist destinations in Ukraine and shares its own recommendations of domestic projects, brands, cultural events, educational courses, and institutions. The media is implemented on the Instagram, which provides for the posting of visual and audiovisual content. To disseminate the materials, the publication's team uses all the formats offered by the social network: posts, reels and stories. The team of «SALO NAPYSALO» also interacts with readers through comments and personal messages and conducts interactive stories.