

**КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА**

Факультет журналістики
Кафедра журналістики та нових медіа

БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему:

**СТВОРЕННЯ ТА ПРОСУВАННЯ АВТОРСЬКОГО ІНСТАГРАМ-
БЛОГУ З РОЗВІНЧУВАННЯ НАВ'ЯЗАНИХ СТАНДАРТІВ КРАСИ:
СПЕЦИФІКА НАПОВНЕННЯ**

Здобувача першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти
групи ЖУРб-1-21-4.0д.
галузі знань 06 Журналістика
спеціальності 061 Журналістика
освітньої програми 061.00.01
Журналістика
Моцик Віталіна Андріївна

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

(підпис студента) (ініціали, прізвище)

Науковий керівник:
Георгієвська В. В.,
доктор наук з соціальних
комунікацій, професор, професор
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)

м. Київ – 2025 рік

ЗМІСТ

ВСТУП.....	2
РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ.....	6
РОЗДІЛ ІІ. СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ.....	8
2.1. Обґрунтування інформаційного проєкту.....	8
2.2. Структура.....	9
2.3. Жанрова палітра.....	11
2.4. Зображальний матеріал та особливості оформлення (для друкованих та інтернет проєктів) / музичний супровід (для теле- та радіопроектів).....	12
2.5. Авторська ідея.....	13
2.6. Особливості авдиторії.....	14
РОЗДІЛ ІІІ. ТЕХНІЧНІ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ.....	16
ВИСНОВКИ.....	18
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	20
ДОКУМЕНТАЦІЯ.....	22
ДОДАТКИ.....	2
3	
АНОТАЦІЯ.....	25

ВСТУП

Актуальність теми. Упродовж історичного розвитку людства уявлення про красу постійно зазнавали трансформацій під впливом культурних, соціальних та ідеологічних чинників. Уявлення про ідеали зовнішності постійно еволюціонували: те, що вважали еталоном в один історичний період, могло вважатись некрасивим, і навіть неприпустимим в іншому соціокультурному контексті. Варто додати, що певні критерії зовнішності людини нерідко були засобом ідентифікації походження, статусу, моральних та особистісних якостей[2].

У ХХІ столітті стандарти краси є особливо мінливими та суперечливими. Соціальні медіа стали потужним інструментом, який формує громадську думку. Соціальні мережі, серед яких Інстаграм та інші медійні платформи, глянцеві журнали та реклама розповсюджують сьогоднішні канони естетичної краси, які значною мірою є далекими від справжнього фізичного зовнішнього вигляду людини. Користувачі щодня споживають велику кількість візуального контенту, де подано життя, зовнішність та рутину інших людей у найбільш привабливому вигляді. Це може негативно вплинути на самооцінку та психічне здоров'я споживачів такої інформації. Такий вплив відбувається за рахунок візуального формату та широкій аудиторії соціальних медіа[1,7]. Користувачі постійно взаємодіють із візуальним контентом, у якому презентовані обличчя, тіла, волосся та інші фізичні характеристики людського тіла, які є досконалими та не мають жодного недоліку. Краса ніби стала інструкцією: вколоти, вирізати, змінити себе до невпізнання. Такі думки та бажання нам часто навіюють блогери - люди, у яких тисячі, сотні тисяч підписників з усього світу. Це створює певний тиск на користувачів соціальної платформи, а особливо на вразливих людей, які свідомо чи несвідомо прагнуть відповідати поширеним у соціальній мережі стандартам краси.

Постійне порівняння себе із іншими, які, на чийсь суб'єктивну думку, здаються більш гарними та привабливішими, може викликати комплекс

меншовартості, проблеми з самооцінкою та чинить тиск на людину, як на індивіда. Індустрія моди та краси заробляє на невпевненості людей[3]. Аналізуючи рекламні відео, дописи, білборди, контент, який просувають блогери та інфлюенсери, можна зробити висновок, що споживачам намагаються вселити ідею, що краса - це обов'язок. Існує навіть феномен “Інстаграм-зовнішності” - симетричне обличчя з великими очима, пухкими губами, вираженими вилиццями, невеликим, вузьким носом та бездоганною шкірою. Зараз для деяких людей “інстаграм-зовнішність” є шаблоном ідеального вигляду людини, до якого варто прагнути[8].

Актуальність теми визначається потребою в переосмисленні сучасних естетичних стандартів, а також поширенні ідей самосприйняття, бодіпозитиву та ментального здоров'я в цифровому середовищі. Важливо формувати альтернативні меседжі в умовах сучасності, коли мільйони людей з різних країн світу піддаються тиску та стикаються з неадекватною самооцінкою та прийняття себе.

Ця бакалаврська кваліфікаційна робота присвячена дослідженню специфіки ведення, наповнення та просування авторського Інстаграм-блогу, який називається “Не той устрій”, спрямованого на розвінчування стандартів краси, нав'язаних індустрією комерції, моди та реклами.

Блог “Не той устрій” відіграє важливу роль: матеріали, які публікуються тут сприяють підвищенню усвідомленості, що стандарти краси є нав'язаними, штучними та дискримінують людину як особистість. Також контент може стати платформою формування нової культури, заснованої на індивідуальності, самоповазі та прийнятті себе. Проєкт може допомогти встановити зв'язок та комунікацію між користувачами, які підтримують та погоджуються із тезами та ідеями, опублікованими у дописах блогу.

Інстаграм-блог “Не той устрій”, який є практичною частиною бакалаврської кваліфікаційної роботи, створено 9 травня 2025 року. Варто зазначити, що спочатку проєкт був створений та просувався в іншій соціальній мережі. З

метою розширення аудиторії та донесення ідей блогу до більшої кількості користувачів, віднедавна була створена Інстаграм-сторінка.

Один раз у три дні блог поновлюється новим дописом, в якому розкривається тема про один із канонів краси, його історію, просування та приховану небезпеку. Варто зазначити, що у подальшому планується публікувати нові матеріали кожен день. Підписники блогу регулярно мають можливість отримувати та ділитися поданою в ньому інформацією. Також залучена аудиторія може комунікувати між собою та давати зворотній зв'язок в коментарях або особистих повідомленнях.

Особливість проєкту полягає у спростуванні та критиці нав'язаних соціумом, часто віддалених від реальності стандартів краси у соціальній мережі Інстаграм, у якій саме найбільше їх поширюють та просувають. Учасники спільноти мають можливість бути залученими до створення контенту, завдяки опитуванням, які проводяться в Інстаграм-сторіс та на інших платформах.

Метою кваліфікаційної бакалаврської роботи є аналіз ефективних стратегій створення та подання контенту, вивчення особливостей аудиторії та оцінка впливу блогу на переусвідомлення уявлень суспільства про красу та про людину, як особистість. Результатом цього аналізу є створення інформаційного ресурсу для споживачів, які відчувають психологічний тиск, через популяризацію у соціумі певних ідеалів краси, яким, нібито, люди мають відповідати та наслідувати.

Завданням кваліфікаційної бакалаврської роботи є дослідження наративів, пов'язаних із стандартами краси, а також мету, яку мають ті, хто їх просуває в соціальних мережах та медіа. Спростування та розвінчання установлених стереотипів про красу - невід'ємна складова блогу "Не той устрій".

Об'єктом дослідження є авторський блог у соціальній мережі Інстаграм, його процес створення, наповнення та просування.

Предметом дослідження бакалаврської кваліфікаційної роботи про розвінчування стандартів краси є популяризація альтернативної риторики про зовнішність та красу.

Методи дослідження. На перших етапах аналізу перспективності проєкту було використано комплексний підхід до дослідження різних методів збору, застосування інформації, відповідно до теми та завдань проєкту. Методом обробки даних, а саме контент-аналізу, було вивчено зміст публічних висловлювань, постів, відео, рекламних інтеграцій тощо. Інтерв'ю та анкетування було застосоване під час дослідження, з метою збору думок та отримання точної інформації про потреби аудиторії. За допомогою фактчекінгу, було досліджено достовірність фото та відео, щоб викрити фактів, які є прихованими від публіки.

Структура роботи. Творчий проєкт складається з двох частин: теоретичної, у якій обґрунтовується необхідність створення медіапроєкту, а також практичного додатку — матеріалів, які супроводжували виготовлення медіапродукту.

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ

Авторський блог “Не той устрій”, який створений та функціонує в соціальній мережі Інстаграм належить до соціальних медіа. Більш точно його можна класифікувати як цифрове медіа, адже платформа існує в онлайн-середовищі.

Соціальна мережа Інстаграм була обрана для створення авторського проєкту не випадково. Станом на 2025 рік, Інстаграм має понад два мільярди активних користувачів на місяць. Це становить 34,6% від усіх користувачів різних соціальних платформ[4]. Проаналізувавши ці дані, можна зробити висновок, що найбільшу популярність та впізнаваність блог, який є практичною частиною дослідження бакалаврської кваліфікаційної роботи, зможе набрати саме у соціальній мережі Інстаграм. Дана цифрова платформа орієнтована на візуальний контент, тому сьогодні це один із головних інструментів поширення так званих “ідеалів” краси. Інстаграм об'єднує блогерів, інфлюенсерів, бренди, медіа та інших користувачів, які в свою чергу поширюють матеріали навколо теми краси, моди та самопрезентації. Контент будується за принципом правильного освітлення, ракурсом зйомки, ретельно підібраним одягом, макіяжем, зачіскою та інтер'єром. Саме це і відіграє центральну роль в трансляції уявлень про естетичну красу[5].

Ідея створити блог, який присвячений деконструкції усталеним стандартам краси, прийшла не випадково. Я, авторка проєкту, на своєму досвіді відчула вплив певних канонів краси, які масово поширюються. Інстаграм лише посилював мої постійні порівняння себе з ідеалізованими образами та власне відчуття недосконалості. Я забажала створити простір підтримки, розвинути майданчик та надавати підтримку тим, хто відчуває тиск стандартів на своє життя. Після започаткування блогу та створення перших публікацій, одразу зіштовхнулася із труднощами розробки стратегії просування акаунту. З моменту створення і до сьогодні, для просування блогу не було використано таргетовану рекламу, платних ресурсів тощо. Наповнення блогу - одна із ключових складових його успіху. Одним із викликів у даній роботі є інформація в матеріалі, яку потрібно подати якомога чітко, точно передати

сенс, разом з цим зробити публікацію непереобтяженою текстом, цікавою та змістовною.

Створення облікового запису та наповнення його одноманітним контентом, не зробить блог успішним. Переглядаючи та аналізуючи подібні творчі проєкти, можна побачити деяку закономірність у деталях створення контенту та його подачі та просування.

Під час роботи над створенням проєкту бакалаврської кваліфікаційної роботи, було проаналізовано вимоги, до нього зі сторони дослідників даного типу медіа. Дослідники висувають певні умови до блогів, що мають просвітницьку спрямованість, зокрема тих, які розвінчують усталені стандарти краси. Вимоги до таких проєктів пов'язані з етикою, інклюзивністю та соціальною відповідальністю[8,10]:

- освітній характер: у матеріалах має бути презентована не лише альтернативна риторика, але і пояснення, чому її контекст є важливим;
- етика: не варто використовувати у роботах мову ворожнечі або засудження;
- зосередження уваги на самосприйнятті: не створювати нові канони та стандарти, а робити акцент на різноманітті.

РОЗДІЛ II. СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ

2.1. Обґрунтування інформаційного проєкту

Блог у мережі Інстаграм сьогодні не лише виконує функцію персонального самовираження особистості, але і є інструментом впливу, соціальної дії та просвітництва. Блоги стають осередками альтернативних думок, зокрема риторики щодо розвінчання нереалістичних, штучно-створених та інколи небезпечних стандартів краси. Інстаграм-проєкт “Не той устрій” - це не просто засіб комунікації, а ресурс, де демонструються альтернативні думки тих, хто часто залишається непочутим у медіа.

Знаючи тематику, завдання, ідеї та цілі авторського проєкту в соціальній мережі Інстаграм “Не той устрій”, можна сформулювати уявлення про цільовий інформаційний ринок. Блог не зосереджений на окремому місті, регіоні, чи країні, а створений для людей, які живуть або тимчасово знаходяться у різних державах світу, адже проблеми, які висвітлюються через контент проєкту є суспільно-важливими, бо стосуються тем, які є обговорюваними у всьому світі. Можна передбачити, що більшістю читачів блогу будуть саме українці, адже мовою ведення медіаресурсу є українська.

Варто розглянути переваги та недоліки подібних проєктів у мережі Інстаграм. Для аналізу було взято Інстаграм-сторінки подібних зарубіжних блогів (“michellelelman”, “abeer.sinder”, “thebirdspapaya”) та українських (“tsilkovska”, “dorinellla”). Проаналізувавши контент, який міститься у згаданих блогах, можна виокремити основні переваги даних проєктів:

- мова таких блогів є емпатійною, підбадьорливою, неупередженою, з використанням поваги та без висловлювань, які можуть мати дискримінаційний зміст;
- вплив на індустрію: функціонування таких блогів може впливати на компанії, бренди та рекламодавців, спонукаючи їх до впровадження інклюзивних та етично-виважених підходів у маркетингових стратегіях;

- фокус на індивідуальність: автори блогів, які досліджувались, роблять акцент на індивідуальності та неповторності кожної людини. У публікаціях постійно наголошують на тому, що краса є багатогранною, кожна людина є красивою зі своїми особистими рисами зовнішності, які роблять її унікальною;
- інклюзивність: подібні проєкти спростовують та руйнують стандарти краси, демонструючи багатогранність тіла людини, кольорів шкіри, вікових груп, певних рис обличчя. Це ламає стереотипи та ментальні установки, що краса має лише один ідеал;
- підтримка спільноти: блоги, в яких відкрито говорять про тиск, пов'язаний із насадженням стандартів краси, а також їх спростування та розвінчання, формують простір для підтримки та взаємодії між користувачами, які прагнуть прийняти себе такими, якими вони є. Такі медіаресурси стають потужними платформами для боротьби із соціальними установками.

Недоліками та викликами таких блогів у соціальній мережі Інстаграм є:

- ризик комерціалізації: бренди можуть використовувати рух за реальні стандарти краси переважно для маркетингових цілей, а не з щирим бажанням змінити ситуацію. Це в свою чергу, не зможе призвести до глобальних зрушень, а лише до поверхневих змін;
- тиск на авторів блогів: засновники таких проєктів часто відчують тиск підтримувати ідеалізований публічний образ та стиль життя, навіть якщо це не відповідає їхнім переконанням.
- негативний зворотній зв'язок: інформація, яку подають блогери, нерідко стає протилежною переконанням певних користувачів. Це може призвести до негативних коментарів, тролінгу та зниженню кількості аудиторії.

2.2. Структура

З метою залучення більшої аудиторії, необхідно побудувати системний, цілісний та змістовний блог. Таким чином, було здійснено ґрунтовний аналіз гіпотетичних моделей проєкту, який краще відповідав би специфіці соціальної мережі Інстаграм, як візуально-орієнтованої платформи. Зробити блог системним, цікавим та впливовим можливо завдяки ретельно-продуманій структурі, яка найкраще підійшла б саме для формату даної соціальної мережі. Контент блогу має бути різноманітним, влучно відображати місію проєкту та передати авторський задум. Серед основних форматів варто виокремити:

- освітні пости: в яких пояснюються аспекти та особливості психологічного та культурного впливу певного явища на соціум;
- аналітика: критика трендів, брендів та реклами, які транслюють нереалістичні уявлення про тіло людини;
- порівняння: аналіз відредагованих фото та відео “Інстаграм vs Реальність”;
- іронія: стане засобом залучення молоді, а також допоможе перетворити складні теми на більш зрозумілі.

Для блогу “Не той устрій” в соціальній мережі Інстаграм було розроблено такі контентні рубрики:

- Розбір

Це буде основна рубрика блогу. У одному пості буде розкриватися, розвінчуватись та спростовуватись один стандарт краси, який є нав’язаний суспільству із мас-медіа. У пості має бути розкрито історичний, культурний та суспільний контекст походження стереотипу про “ідеал” краси.

- Мікроісторії

У цій рубриці буде висвітлено особисті історії підписників Інстаграм-сторінки “Не той устрій” або кейси, які респонденти розказали особисто у

форматі невеликого інтерв'ю. Матеріали цієї рубрики будуть публікуватись у форматі сторіс в Інстаграм. Варто зазначити, що дана рубрика почне функціонувати, коли блог набере від ста підписників.

- **Інтерактив**

Дана рубрика містить в собі опитування на різні теми, які стосуються тематики блогу про штучно нав'язані стандарти краси. Для різноманітності контенту, в планах додати "Q&A" - відповіді на питання підписників.

Для кращого сприйняття споживачами контенту, який публікуватиметься в блозі "Не той устрій" було розроблено візуальний стиль. Він містить в собі єдність, сумісність кольорів та шаблонів у сучасному стилі модерн.

Для умовного позначення типу публікацій в планах розробка іконок для кожної рубрики.

2.3. Жанрова палітра

Жанрова палітра публікацій у блозі є дуже важливою та однією із головних складових створення змістовного контенту, особливо, коли це просвітницький проєкт, який має на меті розвінчувати нав'язані стандарти краси.

Якщо на меті стоїть створення успішного блогу, який орієнтований на зміну сталих уявлень про красу, то не варто обмежуватись одноманітним форматом. Для залучення більшої кількості читачів та емоційного зв'язку з ними жанри матеріалів мають бути різними, але орієнтованими саме на платформу Інстаграм та цільову аудиторію блогу. Багатожанровий підхід може забезпечити ефективну комунікацію з підписниками, інформувати, надихати та спонукати до роздумів. Нижче наведено основні жанри, які використовуються та будуть використовуватись в подальшому в Інстаграм-блозі "Не той устрій":

- науково-популярному жанр: метою таких публікацій є подання та обґрунтування проблеми впливу індустрії краси та стандартів на ментальний стан;
- літературно-публіцистичний жанр: є глибшим та має на меті стимулювати читача до роздумів над проблематикою, яка згадана у тексті публікації;
- жанр інтерв'ю: це пости у форматі цитат або субтитри на відео-сторіс та рілс. За допомогою цього жанру блог підсилюється голосами інших людей та експертів;
- сатиричний жанр: меми, скетчі, гіф та порівняльні колажі використовуються, щоб викрити абсурдність певних проблем, через гумор;
- інтерактивний жанр: сторіс, прямі ефіри, конкурси та розіграші формують спільноту блогу, яка зможе поширювати його ідеї.

2.4. Зображальний матеріал та особливості оформлення

У блозі, який спрямований на критику та розвінчування стандартів про красу, кожен з елементів візуального ряду має бути продуманим. Ілюстративний матеріал у даному медіапроекті відіграє важливе значення. Саме зображення, його зміст, поєднання кольорів та оформлення першочергово звертає увагу читача на себе, а вже потім, клікнувши на нього, можна ознайомитись із постом, суть якого і передає фотографія, відео, малюнок або картина.

Зображення також може передати ідею та сенс, який стоїть за текстом та візуалізувати його. Щоб блог був успішним та дієвим, варто враховувати когнітивні механізми цільової аудиторії, через які зображення формується ставлення до матеріалу.

Згідно ефекту порівняння, користувачі схильні автоматично порівнювати себе з тим, що щойно побачили, навіть усвідомлюючи, що це фото чи відео є несправжнім, а постановочним.

Продуманий та влучно-підібраний візуальний контент блогу може стати простором для виникнення думки: “Я бачу схожу на мене людину, отже і моя зовнішність є прийнятною”.

У блозі “Не той устрій” для оформлення текстових публікацій використано зображення, які ілюструють тему та проблему, яку порушено в матеріалі (приклад ілюстративного матеріалу можна переглянути у Додатку А).

Інстаграм-історії оформляються так само, щоб глядач, ще не прочитавши тези, вже міг зрозуміти про що йтиметься, яку проблему висвітлено в обговорюванні.

Всі інструменти для створення постів та сторіс вже присутні в соціальній мережі Інстаграм, варто лише навчитися та вміти ними грамотно користуватися та постійно покращувати ці навички. З подальшим розвитком Інстаграм-блогу, є який є частиною бакалаврської кваліфікаційної роботи, можливо також використання інструментів для редагування та створення

2.5. Авторська ідея

Ідея створення медіапроєкту виникла не просто так. Присутність нереалістичних зображень суб’єктивної краси людини у соціальних мережах та на сторінках глянцевих журналів, через особистий досвід переконує, що це є чинником формування відчуття недостатності, невпевненості в собі та тривоги. Ідеєю медіапроєкту є підвищити медіаграмотність, розвінчати фейки та міфи, спростувати стереотипи. Дуже важливою навичкою, яку може допомогти розвинути Інстаграм-блог - це критичне мислення та вміння одразу відслідковувати маніпуляції, якими рекламодавці, блогери, інфлюенсери та інші персони намагаються вплинути на сприйняття соціумом поняття про красу, яке є суб’єктивним та залежить від індивідуального сприйняття, культурного контексту, особистого досвіду та емоційного стану людини. Авторська ідея формується на принципах бодіпозитиву, праці Наомі Вульф, а також контекстом сьогодишніх подій, а саме російсько-української війни,

внаслідок якої військові та мирні жителі отримали травми та ушкодження, які назавжди змінили їхнє тіло.

Для успішного функціонування та просування блог такого формату опирається на такі цінності:

- автентичність: використання справжніх фото, без редагувань;
- інклюзивність: контент, у якому представлено різні національності, гендри, вікові групи, кольори шкіри, різні тіла;
- простір без осуду: тут кожен може відчувати себе прийнятим;
- розвиток та підтримка критичного мислення: контент, який формує уявлення про справжню мету поширення певних канонів краси;
- освітній задум: пояснення того, які впливають стандарти краси на соціум та висвітлення алгоритмів виникнення даних стандартів;
- ментальна турбота: уникнення контенту, який зможе спровокувати тривожність та інші внутрішні переживання у читача.

2.6. Особливості аудиторії

Ключовим етапом у створенні ефективного контенту для наповнення блогу є розуміння своєї аудиторії. Інформація, яка публікується та буде публікуватись на платформі Інстаграм орієнтована на аудиторію віком від п'ятнадцяти до сорока років, які відчувають тиск зі сторони соціуму щодо власного зовнішнього вигляду, а саме те, що стандарти краси вплинули на їхній ментальний стан. Також ці люди є активними користувачами платформи Інстаграм та прихильниками або слідкувачами блогерів, інфлюенсерів, брендів тощо. Варто детальніше зосередити увагу на аналіз цільової аудиторії Інстаграм-блогу про розвінчування стандартів краси.

Основною групою є молодь та підлітки, які активно споживають контент, пов'язаний з модою, красою та самовираженням. Ідеалізовані образи у медіа часто можуть вплинути на розвиток психологічних проблем та призвести до невдоволення власною зовнішністю[1,7].

Жінки середнього віку (25-40 років) активно користуються Інстаграм. У цьому віці жінки часто можуть стикатися із тиском з боку соціуму щодо їхнього зовнішнього вигляду, що підсилюється через медіа та рекламу[10,7]. Тому важливим є те, щоб надати їм альтернативну інформацію, яка сприятиме прийняттю себе та зменшенню внутрішнього тиску від порівняння себе з ідеалізованими стандартами.

Чоловіків та небінарних осіб також зможе зацікавити Інстаграм-блог “Не той устрій”. Хоча традиційно стандарти краси більше орієнтовані на жінок, але останнім часом популяризується тема краси для чоловіків та небінарних осіб. Важливо створити контент, який є інклюзивним та відображатиме різноманіття, що є одним із факторів прийняття себе серед усіх груп.

Батьки та особи, які працюють чи частково дотичні до сфери освіти є важливою частиною аудиторії, тому що можуть впливати на формування уявлень про красу саме в молодших покоління. Для цього їм потрібні ресурси, що допоможуть виховати у дітей, майбутніх громадян критичного мислення та ставлення до медійних стандартів.

РОЗДІЛ III. ТЕХНІЧНІ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ

Технічні та програмні засоби забезпечують функціональність, якість та стабільність блог-проєкту.

Для реалізації блогу в Інстаграм потрібен гаджет та базова техніка. Блог в Інстаграм можливо вести зі смартфона посереднього рівня якості та ціни. Але для якісного проєкту потрібно мати смартфон із якісною камерою, мікрофон, для чіткого звуку, штатив зі світлом, для правильного освітлення під час зйомок.

Найпопулярнішим інструментом для створення графіки та верстки сторіс є програма “Canva”. Тут містяться шаблони для створення публікацій, сторіс, анімацій та інфографіки в Інстаграм. Саме “Canva” використовується для створення елементів контенту авторського блогу “Не той устрій”. До прикладу, логотип для Інстаграм-блогу був розроблений саме на цій платформі цифрового дизайну (можна ознайомитися у Додатку Б)

Для обробки фото та відео у блозі використовуються додатки “CapCut” та “InShort” - зручні мобільні додатки для редагування та монтажу відео. У додатку “CapCut” також містяться трендові шаблони, субтитри та анімація для сторіс та рілс в Інстаграм. Варто додати, що платформа Інстаграм має свої інструменти для створення якісного контенту. Якщо навчитись їх вправно та грамотно використовувати, то можна також створювати гідний контент.

Просування блогу в Інстаграм - один із найголовніших та найскладніших процесів, який включає в себе не лише технічні засоби, а й індивідуальний підхід до спільноти. Влучні та правильно підібрані хештеги зможуть вивести опублікований контент у рекомендації користувачів соціальної мережі. Щоб публікації набирали більше переглядів та залучали нову аудиторію варто

розглянути декілька видів хештегів, за допомогою яких це можна зробити.

Отже, це тематичні, локалізовані та вузькоспеціалізовані хештеги.

Аналітика займає важливе місце у коригуванні стратегії розвитку проєкту.

Необхідно постійно відстежувати охоплення публікацій, збереження, репости, коментарі, приріст підписників та час найбільшої активності аудиторії.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження, було встановлено, що соціальні мережі, серед яких платформа Інстаграм є інструментом формування уявлень про зовнішність, канони краси та привабливість. Дана соціальна мережа є візуально-орієнтованою, а також налічує 34,6% від усіх користувачів різних соціальних платформ світу. З цього можемо зробити висновок, що вплив візуального контенту, який публікується в Інстаграм на уявлення читачів про зовнішність та тілесну красу людини. Ідеалізація певних трендів, стандартів та типажів обличчя, фігури, інших складових зовнішності підтримується індустрією моди та реклами, а також іншими особами, які мають матеріальну вигоду від поширення маніпулятивної інформації у соціальній мережі Інстаграм.

Перед створенням блогу, який розвінчуватиме усталені в соціумі стандарти краси, варто провести ретельну підготовку. Потрібно почати із формулювання ідей та цілей проєкту, а також із визначення цільової аудиторії та контенту, який буде найбільш вдалим для просування у соціальній мережі Інстаграм. Матеріали, які публікуються мають бути аргументованим, переконливим і безпечним для аудиторії.

Інстаграм-блог “Не той устрій” започатковано 9 травня 2025 року. У ході реалізації практичної частини кваліфікаційної бакалаврської роботи, були створені інформаційні матеріали, згідно аналізу потреб цільової аудиторії, які є користувачами соціальної мережі Інстаграм. Контент блогу було досліджено на перспективу, яку він матиме з розвитком, чи зможе блог перетворитися на потужний майданчик альтернативної риторики уявлень соціуму про таке поняття як “краса”.

Успішність блогу, спрямованого на розвінчування нав’язаних стандартів краси, залежить від якості контенту, яка містить в собі глибину комунікації з

авдиторією, стратегії просування та контексту опублікованих матеріалів. Цінним є контент, який пояснює історію стандартів краси, розповідає про фізичні та ментальні наслідки об'єктивації тіла і розвінчує маніпуляції, нав'язані через візуальну складову. Важливим є і висвітлення наративів, які поширюються у соціумі щодо зовнішніх канонів, а також викриття тих, хто поширює їх та мету, яка приховується за такими діями. Така форма цифрової журналістики здатна впливати на світогляд та сприйняття авдиторії, через якісну та обґрунтовану комунікацію.

Результати дослідження доводять, що створення блогу “Не той устрій”, у якому систематично публікується контент, що розвінчує стандарти краси, є ефективним інструментом впливу на читачів.

Проект, спрямований на розвінчування насаджених стандартів краси, розвивається за допомогою не лише інформаційним матеріалам, але і за допомогою чітких ефективних стратегій створення та подання контенту.

Інстаграм-блог “Не той устрій” демонструє те, наскільки важливо зараз вести альтернативну риторику щодо теми стандартів краси та робити приховане видимим. Варто додати, що проект має потенціал перетворення на майданчик соціального впливу та може нести культурне значення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Boyd D. (2014). It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens. Yale University Press URL:
https://www.researchgate.net/publication/281562649_It's_Complicated_The_Social_Lives_of_Networked_Teens (дата звернення 12.04.2025).
2. The history of the 'ideal' woman and where that has left us URL:
<https://edition.cnn.com/2018/03/07/health/body-image-history-of-beauty-explainer-intl> (дата звернення: 11.04.2025).
3. Flores Mata C., Castellano-Tejedor C., Relationship Between Instagram, Body Satisfaction, and Self-Esteem in Early Adulthood URL:
<https://www.mdpi.com/2227-9032/12/21/2153> (дата звернення: 20.05.2025).
4. Instagram Statistics: Key Demographic and User Numbers URL:
<https://backlinko.com/instagram-users> (дата звернення 10.04.2025).
5. Jankowski, G. S. (2021). Ethical Influencing and Body Image: The Role of Social Media. Journal of Media Ethics
6. Navigating the Beauty Bind: Young People's Intersectional Perspectives on Appearance, Privilege and Inequality URL:
<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/17499755241307054> (дата звернення: 21.04.2025).
7. Teen Vogue (2020). How White Supremacy and Capitalism Influence Beauty Standards URL: <https://www.teenvogue.com/story/standard-issues-white-supremacy-capitalism-influence-beauty> (дата звернення: 11.04.2025).
8. The Rise of 'Instagram Face' URL:
<https://www.psychologytoday.com/gb/blog/behind-online-behavior/202105/the-rise-instagram-face>
9. Sociocultural Appearance Standards and Risk Factors for Eating Disorders in Adolescents and Women of Various Ages URL:

<https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2018.00429/full> (дата звернення: 11.04.2025).

10. Wolf N., The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used Against Women / Пер. з англ. Ю. Мицик. Київ: Видавництво “Наш Формат”.

ДОКУМЕНТАЦІЯ

Сценарна заявка:

Авторка: Моцик Віталіна Андріївна.

Назва: “Не той устрій”.

Періодичність: один раз на три дні.

Формат: текстові пости, фото- та відео-матеріали.

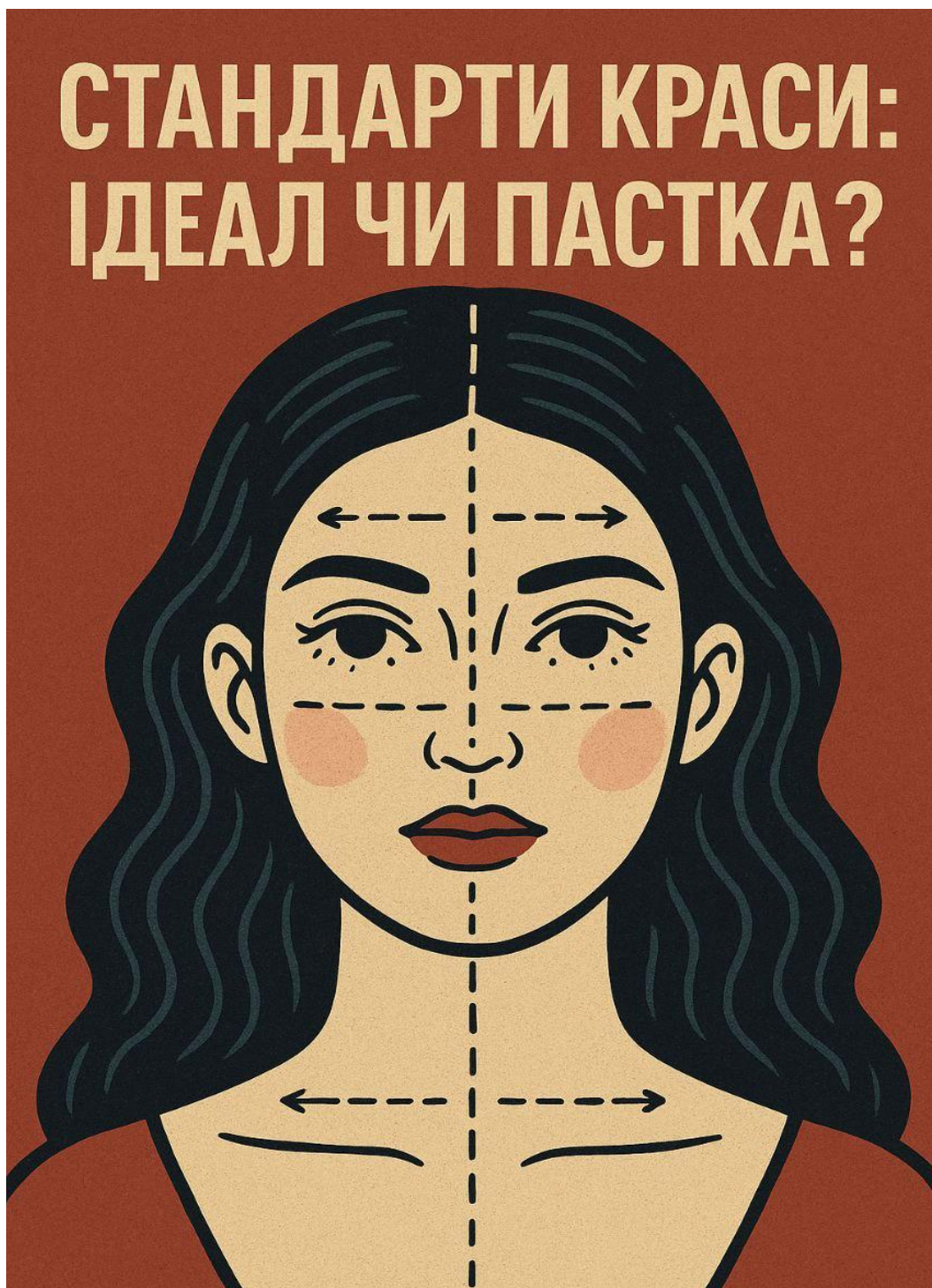
Короткий опис:

Цільова аудиторія: жінки та чоловіки 15-40 років, яких цікавлять теми бодіпозитиву, свмосприйняття, ментального здоров’я та підтримки. Також ці люди бажають звільнитись від очікувань соціуму про зовнішній вигляд, цінують альтернативні думки в медіа.

ДОДАТКИ

Додаток А

Приклад зображення, опублікованого в Інстаграм-публікації



Додаток Б**Логотип блогу “Не той устрій”**

netoyustriy

АНОТАЦІЯ

Моцик В.А. Створення та просування авторського інстаграм-блогу з розвінчування нав'язаних стандартів краси: специфіка наповнення.

Ключові слова: Інстаграм-блог, стандарти краси, бодіпозитив, самосприйняття, контент.

Бакалаврська кваліфікаційна робота присвячена дослідженню процесу створення, наповнення та просування авторського блогу в соціальній платформі Інстаграм “Ней той устрій”, який спрямований на розвінчання нав'язаних соціумом стандартів краси.

Під час роботи було проаналізовано роль соціальних мереж на формування уявлень про візуальні стандарти та вплив ідеалізованих образів на ментальне здоров'я людини. Контент проєкту специфікується на матеріалах, що підтримують інклюзивність, бодіпозитив та є спрямованим на викриття першочергових причин створення та нав'язування стандартів краси.

Проаналізувавши ефективні стратегії створення та подання контенту, було вивчено особливості аудиторії та оцінено вплив подібних блогів на зміну уявлень суспільства про красу та людину.

Проєкт є перспективним, а матеріали, створені в його рамках, можуть використовуватися у просвітницькій роботі та бути адаптованими як навчальні матеріали.

ANNOTATION

Motsyk V. Creation and promotion of the author's Instagram blog aimed at debunking imposed beauty standards: the specifics of content.

Keywords: Instagram blog, beauty standards, body positivity, self-perception, content.

The bachelor's qualification thesis is dedicated to studying the process of creating, developing and promoting the author's blog on the social media platform Instagram titled "Ne toy ustriu", which aims to challenge socially imposed beauty standards.

The research analyzes the role of social media in shaping perceptions of visual standards and the impact of idealized images on an individual's mental health. The project's content focuses on materials that support inclusivity, body positivity and aim to expose the underlying reasons behind the creation and imposition of beauty standards.

By analysing effective strategies for content creation and presentation, the study explores audience characteristics and evaluates the impact of such blogs on changing society's perceptions of beauty and human value.

The project is considered promising and the materials developed within its framework can be used in educational work and adapted as learning resources.