

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Факультет журналістики

Кафедра міжнародної журналістики

КВАЛІФІКАЦІЙНА МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

на тему:

**Створення та просування інстаграм-сторінки «Досліджуючи Крим:
розповіді про мистецтво, історію та окупацію»**

Здобувачки (-а) II курсу
групи ММЦКм-1-24-1.4д
ступеня вищої освіти «магістр»
галузі знань 06 Журналістика
спеціальності 061 Журналістика
освітньої програми 061.00.07 Міжнародні медіа та
цифрові комунікації

Пашко Івanni Ярославiвни

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

Науковий керівник: **Терещук Віталій Іванович**
доктор політичних наук, доцент

(підпис студента)

(ініціали, прізвище)

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Допускаю до захисту перед ЕК

Голова комісії

_____ В.І. Терещук
завідувач кафедри
міжнародної журналістики

_____ Навальна М. І.

Члени комісії

_____ Терещук В. І.

_____ Семенюк О. А.

_____ Жугай В. Й.

_____ Ніколенко І. В.

м. Київ — 2025 рік

Зміст

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ	6
РОЗДІЛ 2. СПЕЦИФІКА ПРОДУКТУ	8
2.1. Обґрунтування медіапроєкту	8
2.2. Структура	9
2.3. Жанрові особливості	10
2.4. Зображувальні матеріали й особливості оформлення	11
2.5. Авторська ідея проєкту	11
2.6. Особливості аудиторії	13
РОЗДІЛ 3. ТЕХНІЧНІ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ	15
ВИСНОВКИ	16
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	19
ДОКУМЕНТАЦІЯ	21
ДОДАТКИ	24
АНОТАЦІЯ	26
ANNOTATION	27

ВСТУП

Актуальність дослідження. Починаючи з 2014 року тема Криму та його корінного населення — кримських татар стала важливою у суспільно-політичних питаннях. В Україні значно зросло зацікавлення до народу, а разом із тим — бажання дізнаватися про них не лише під призмою російських наративів та пропаганди. Тоді про Крим заговорили і на широкий загал. Так, найвідоміші світові медіа такі, як The Guardian [11], DW [6], BBC [12], Washington Post [4] почали розповідати про анексію українського півострова, не приховуючи російські злочини, а навпаки — висвітлюючи їх. Однак інформаційне поле поступово стихало і до цієї теми у іноземних медіа вже не так часто поверталися.

У лютому 2022 року Росія розпочала повномасштабну війну проти України. Тема знову стала обговорюваною у всіх закордонних медіа, зокрема, часто згадувалося і про Крим. Контекст здебільшого однаковий — коли насправді Росія оголосила війну, та з чого все почалося [8]. Зараз, у 2025 році, на тлі «мирних перемовин» у іноземних медіа ведуться дискусії про території, серед яких — Крим, мовляв, від них варто відмовлятися і пояснюють чому чинний президент не хоче йти на поступки, зокрема, щодо півострова [14].

Як уже зазначалось, зацікавлення до Криму зросло, проте не лише у старшого покоління, так званих міленіалів, а й серед зумерів. Під час анексії півострова цьому поколінню було переважно 8-15 років, зараз же — 18-25, більшість із них реально усвідомлюють всю ситуацію і часто хочуть зрозуміти більше, однак не лише про політику, а й про культуру, мову, традиції тощо. Для когось — це ще й спогади, пов'язані із дитинством.

Саме тому даний медіапроект націлений на висвітлення як культурної, так і політичної тематики українського півострова. Дописи, що поєднують у собі і російські злочини, і традиційні елементи, здатні зацікавити молоду аудиторію. Завдяки міжнародній мові проєкту, є реальна можливість просувати це на закордонну аудиторію. Необхідність збереження культурної пам'яті та правдивого наративу про Крим у глобальному інформаційному просторі щодня

зростає. У час, коли російська пропаганда активно просуває спотворені історичні та культурні інтерпретації, особливо важливою стає діяльність незалежних українських комунікаційних проєктів, здатних доносити правду про історію, мистецтво та сьогодення півострова.

Метою магістерського проєкту є дослідження ефективності соціальних медіа як інструменту популяризації кримськотатарської культури та інформування міжнародної аудиторії про злочини окупаційного режиму.

Ключові завдання:

- визначити роль цифрових медіа у збереженні пам'яті про Крим;
- розробити стратегію створення англомовного інстаграм-проєкту, спрямованого на іноземну аудиторію;
- розробити медіапроєкт у формі інстаграм-каналу, здатного виконувати функцію інструменту інформування зарубіжної аудиторії про кримськотатарську культуру та про злочини окупаційного режиму;
- здійснити просування проєкту та оцінити ефективність сторітелінгових форматів (дописи, reels, stories) у донесенні суспільно важливої інформації.

Об'єкт дослідження — питання мистецтва, історії та окупації Криму.

Предметом дослідження виступають комунікаційні стратегії та сторітелінгові формати англомовного інстаграм-проєкту «Досліджуючи Крим» як інструмент міжнародного інформування.

Методи дослідження, що були використані під час створення проєкту: теоретичний метод, порівняльний метод, метод спостереження, описові методи, метод інтерпретації.

Практичне значення отриманих результатів. Контент, що був створений під час розробки проєкту, може бути використаний для навчальних матеріалів, зокрема, англомовних. Крім того, публікації можуть стати основою для наступних медіапроєктів про Крим.

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження були апробовані під час виступу на III Всеукраїнській науково-практичній

конференції молодих науковців «Світ у медіа, медіа у світі: тенденції і перспективи», яка відбулася 6 листопада 2025 року.

Публікації. Авторський матеріал іноземною мовою був опублікований на сайті українського медіа Ukraïner [10].

Структура роботи. Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків та анотації.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ

У ХХІ столітті соціальні мережі перетворилися на один із ключових інструментів масової комунікації, суттєво змінивши структуру інформаційного простору. На відміну від традиційних ЗМІ, соціальні медіа забезпечують двосторонній характер комунікації, що дозволяє аудиторії не лише отримувати інформацію, а й активно взаємодіяти з контентом, обговорювати його, поширювати та формувати власні інтерпретації.

Соціальні мережі також забезпечують підвищення видимості тих тем, що раніше залишалися на периферії суспільного дискурсу. Це створює нові можливості для висвітлення малодосліджених або маргіналізованих сюжетів — зокрема теми Криму, кримських татар, окупації та політичних репресій, яку через системну російську пропаганду тривалий час спотворювали.

Соціальні медіа виступають не лише каналом інформування, а й простором боротьби за інтерпретацію історії й сучасності. У випадку з Кримом вони виконують функцію протидії дезінформації, поширюючи альтернативний — український та кримськотатарський — погляд на події та історичну спадщину.

В українському медіапросторі існує низка проєктів, які висвітлюють кримську тематику та можуть слугувати порівняльним аналітичним матеріалом. До таких належать “crimea_vox”, “qırım_media”, «Суспільне Крим», “Terciman” тощо. Кожен із цих проєктів має власну концепцію, але всіх об’єднує прагнення протидіяти російським інформаційним маніпуляціям і зберігати голос кримськотатарського народу у світовому дискурсі.

Сильними сторонами цих проєктів є систематичність публікацій, орієнтація на достовірні джерела, інтеграція матеріалів про права людини, історичні події та сучасні політичні процеси. Водночас більшість із них подає інформацію переважно у форматі новин або офіційних повідомлень, що обмежує можливість глибокого культурно-історичного сторітелінгу.

На цьому тлі медіапроект “what.is.qirim” займає унікальну нішу. Його відмінність — у фокусі на пояснювальній журналістиці, історичній пам’яті, культурній спадщині та людських історіях. Проект поєднує політичний контекст із викладом мистецьких, культурних і соціальних аспектів кримськотатарського життя, створюючи комплексний образ Криму, що виходить за межі інформаційного поля новин.

Контент про Крим вимагає особливої точності, адже тема є об’єктом системної дезінформації. Матеріали містять не лише факти, а й пояснення контекстів, причинно-наслідкових зв’язків, історичних витоків подій.

Оскільки проект порушує питання геноциду, репресій, окупації та порушень прав людини, важливо дотримуватися принципів чутливого та коректного викладу, без сенсаціоналізму чи маніпуляцій.

Разом із тим, оскільки проект англomовний, відповідно контент адаптований до культурних кодів глобального читача, а саме — зрозумілі терміни, пояснення контексту та уникнення локальних мовних реалій.

РОЗДІЛ 2.

СПЕЦИФІКА ПРОДУКТУ

2.1. Обґрунтування медіапроєкту

Під час створення проєкту було прийнято рішення розвивати його саме у соціальній мережі Instagram. Позаяк платформа відкрита до різних типів контенту, який вміщує багато інформації — це стало важливим чинником вибору. Крім того, кількість активних користувачів Instagram у світі становить понад 3 мільярди [1]. В Україні ця кількість сягає понад 16 мільйонів людей, що зробило дану соцмережу найпопулярнішою серед молоді у нашій країні [2].

Серед форматів, які найчастіше зустрічаються у Instagram — текстові каруселі або ж відеоролики. Обидва є важливими і у створенні продуктів даного медіапроєкту. Зважаючи на те, що основною його метою є інформування про важливі події, культурні традиції чи мистецькі проєкти, завдяки таким форматам, правильній сторітелінговій стратегії та вдалим дизайнам, вдалося залучати читачів до прочитання та взаємодії.

Даний медіапоєкт було розроблено з метою покращити знання як українців, так іноземців щодо Криму та його корінного народу — кримських татар. В українському сегменті є низка медіа, що зосереджені виключно на кримській тематиці. Так, до прикладу онлайн-медіа “crimea_vox” — одне із найуспішніших в Україні [7]. Публікації спрямовані на вітчизняну аудиторію і розповідають про півострів, життя в окупації, традиції, мовні елементи тощо. Ще одне онлайн-медіа — «Суспільне.Крим», яке є регіональною філією «Суспільне Мовлення» [3]. Віднедавна у соцмережах з’явилася кримськотатарська мова, тож тепер воно стало доступнішим ширшій аудиторії. Як і у попередньому медіа, тут публікуються суспільно-політичні новини.

Онлайн-медіа “qirim.media” публікує новини на кримську тематику — як суспільно-політичні, так і про події в Україні, наприклад, підготовка до мирної угоди чи звільнення колишнього очільника Офісу президента [9].

Медіапроект “crimeadaily” — за тематикою схожий до нашого, адже тут часто публікуються культурні дописи чи анонси подій, пов’язаних із Кримом [5]. Медіа “tercimanmedia” — найновіше серед усіх вищезгаданих, адже з’явилося усього декілька місяців тому [13]. У форматі текстових дописів та Reels публікуються важливі новини про Крим, події — наприклад, Міжнародний Саміт Кримської Платформи, та інформаційні публікації, на кшталт розповідь про Номана Челебіджихана — засновника Кримської Народної Республіки.

Отже, з даного переліку можна дійти висновку, що кримські медіа в Україні таки є, хоч їхня кількість катастрофічно мала. Більшість із них зосереджені на важливих суспільно-політичних новинах, пов’язаних із Кримом, однак розповідей про культуру, мистецтво чи історії людей практично немає. Саме тому важливо було створити власний медіапродукт, у якому будуть зібрані усі тематики в одному місці.

Крім того, спостерігаючи за статистикою сторінки “what.is.qirim”, можна чітко прослідкувати зацікавленість та затребуваність у такому типі проекту серед іноземної аудиторії, яка дійсно зацікавлена у вивченні чогось нового.

2.2. Структура

Проект складається з Instagram-сторінки, яка має назву “what.is.qirim” («Що таке Крим») і наповнюється текстовими матеріалами через ілюстровані публікації.

Структура дописів складається із наступних складових:

- попередньо написаний та перекладений англійською мовою текст;
- авторський дизайн публікацій;
- авторство взятих фотографій.

Усі дописи проілюстровано разом із текстом, що присутній на кожній картці. Додатково у описі до публікації прописано супровідний текст, у якому анонсується про що йтиме мова, ставляться питання або ж коротка підводка, згідно тексту. Кількість публікацій на сторінці — 25.

2.3. Жанрові особливості

Основу сторінки становлять інформаційні жанри, спрямовані на чітке викладення фактів про історичні події, політичні процеси, репресії, порушення прав людини, депортацію кримських татар 1944 року та окупацію півострова у 2014 році. Формат короткої інформаційної каруселі, характерної для Instagram, дає змогу передавати значний обсяг змісту у стислому вигляді, забезпечуючи легке сприйняття тексту та можливість його подальшого поширення. Згідно з особистими спостереженнями, компактно структурована інформація є найбільш ефективною у середовищі соціальних мереж, де користувачі взаємодіють із контентом протягом дуже обмеженого часу. Саме тому цей жанр є центральним для проєкту й забезпечує його освітню функцію.

Поруч з інформаційними матеріалами у проєкті активно застосовуються аналітичні жанри, зокрема огляди та пояснювальні тексти. Їх використання зумовлене необхідністю роз'яснити міжнародній аудиторії складні явища, пов'язані з російською пропагандою, юридичними аспектами передачі Криму Україні у 1954 році, фальсифікацією референдуму 2014 року тощо.

Важливою складовою жанрової палітри є культурологічні та етнографічні матеріали, що представлені у формі коротких нарисів про традиції, побут, кухню, мистецтво та духовну спадщину кримських татар. Такі тексти створюють багатогранний образ півострова, дозволяючи читачеві познайомитися з культурою народу поза межами політичного контексту. Вони також відіграють значну роль у збереженні та популяризації кримськотатарської культурної спадщини на міжнародному рівні, адже розкривають її через прості, емоційно доступні форми.

Окремим напрямом сторінки є матеріали, присвячені персоналіям — як історичним, так і сучасним. Біографічні жанри дають змогу висвітлити внесок окремих діячів — політичних лідерів, культурних постатей, активістів або науковців.

Важливою ознакою жанрової палітри є візуальна форма подачі, притаманна платформі Instagram: каруселі, інфографіка, сторізі, короткі відео та

рілси. Візуальні формати полегшують сприйняття складного матеріалу, допомагають структурувати текст і роблять інформацію більш доступною для широкої аудиторії. Використання таких інструментів узгоджується з принципами цифрового сторітелінгу, де текстовий і візуальний компоненти функціонують як рівноправні елементи журналістської комунікації.

2.4. Зображувальні матеріали й особливості оформлення

Під час наповнення Instagram-сторінки було розроблено власний дизайн проєкту. Першочергово — це впізнаване головне фото. На ньому зображено півострів блакитного кольору, як і прапор кримських татар, разом із тамгою — державний символ народу. Поруч із контурами півострову назва самого проєкту. Кольорова гама однаково прослідковується у кожному із дописів.

Текстове оформлення так само витримано виключно із двома шрифтами — головним Handjet, який використовувався для заголовків та підзаголовків, а також Glacial Indifference — для основного тексту. У дописах змінювалися кольори тексту для їхньої чіткості.

Для візуалізації було використано фотографії з мережі Інтернет, на яких обов'язково вказано їх авторів. Оригінальні фотографії, у яких не вказувалося авторство, так само залишалися без позначок.

2.5. Авторська ідея проєкту

Авторська ідея полягає у створенні сучасного англomовного медіапростору, який висвітлює культуру, історію та сучасні виклики кримськотатарського народу в умовах російської окупації, використовуючи цифрову платформу, як засіб протидії дезінформації та формування міжнародної обізнаності про Крим.

Проєкт засновано на принципах доказовості, етичності та медіаграмотності й орієнтований на міжнародну аудиторію, що дозволяє ефективно протидіяти російським дезінформаційним наративам про Крим та його корінний народ.

Через ретельно дібрані історичні матеріали та візуальний контент, проєкт прагне повернути кримськотатарському народові визнання та розуміння серед хоч і невеликої, але міжнародної аудиторії, та сприяти відновленню історичної справедливості щодо подій окупації, депортації та сучасних репресій.

Ідея передбачає використання платформи Instagram як інструменту сучасної цифрової комунікації, що дозволяє поєднати факти з формами популярної медіаподачі — інформативними дописами, сторіс та відеоформатами. Це все дає змогу досягти двох важливих цілей — поширення правдивої інформації серед широкої міжнародної спільноти, включно з тими, хто раніше не мав доступу до якісних матеріалів про Крим та підвищення рівня глобальної обізнаності про порушення прав людини, культурну спадщину та боротьбу кримських татар за власну ідентичність.

Разом із тим, авторська ідея відображає прагнення репрезентувати Крим у комплексний спосіб — від перших державотворчих процесів до сучасної окупаційної політики, показуючи логічну історичну тяглість та незмінність колоніальних практик Росії. У такий спосіб проєкт виконує не просто комунікаційну функцію, а й набуває просвітницького та соціально значущого характеру.

Задля просування та популяризації медіапроєкту було використано особисті сторінки авторки у соціальних мережах — Facebook та Instagram. Як серед українських, так і серед іноземних читачів, було отримано багато схвальних відгуків із закликами продовжувати розповідати цю інформацію, адже багато фактів замовчувались або ж просто не були відомі широкому загалу.

Матеріали даного проєкту можуть слугувати базою для навчальних матеріалів або тотожних медіапродуктів, зокрема, іноземною мовою. Також публікації могли б стати сценаріями для відеороликів на схожу тематику.

Практична цінність проєкту полягає у тому, що він не лише розповідає про минуле, а й показує сучасність кримськотатарського народу — його мистецтво, силу, культуру й нескореність. Проєкт демонструє, як поєднання науково підходу, комунікаційних стратегій та цифрових технологій може

допомогти у збереженні пам'яті, формуванні міжнародної підтримки та протидії пропаганді.

2.6. Особливості аудиторії

Цільова аудиторія медіапроєкту “what.is.qirim” формується відповідно до його ключового призначення — поширення достовірної інформації про історію Криму, культуру кримських татар та сучасну ситуацію на півострові серед міжнародної спільноти. Аналіз статистичних даних сторінки дозволяє виокремити кілька сегментів аудиторії за демографічними, територіальними та соціальними характеристиками, що дає змогу точніше окреслити комунікаційну стратегію медіапроєкту.

За гендерним розподілом аудиторія складається переважно з жінок: 82,2% підписниць проти 17,8 % підписників-чоловіків. Така нерівномірність є типовою для інформаційних та просвітницьких сторінок у соціальних мережах, де жінки демонструють вищий рівень онлайн-активності та взаємодії з освітнім контентом. Це також може свідчити про зацікавленість жінок у питаннях прав людини, культурної спадщини та соціальної справедливості, які становлять ядро тематичного наповнення проєкту.

Територіально більшість аудиторії походить з України — 82,7 % читачів. Водночас помітною є частка підписників з інших країн: 7,3 % відвідувачів з Італії, 2,7 % — з Польщі, 1,8 % — зі США та 0,9 % — з Іспанії. Такий розподіл підтверджує потенціал проєкту в міжнародному інформаційному просторі та доцільність його англomовної орієнтації. Серед українських міст найбільшу активність демонструють користувачі з Києва, Львова, Заліщиків, Тернополя та Черкас, що може бути пов'язано з вищим рівнем медіаграмотності та зацікавленістю мешканців цих регіонів питаннями національної пам'яті та політичних процесів, пов'язаних із Кримом.

Віковий аналіз аудиторії показує, що найактивнішими читачами є користувачі у віці 18–24 років. Така тенденція узгоджується зі світовими дослідженнями цифрової журналістики, які вказують, що саме молодь

найчастіше отримує інформацію через соціальні мережі та активно долучається до процесів формування громадської думки. Загалом аудиторія проєкту охоплює віковий діапазон від 13 до 65 років, що підтверджує універсальність теми Криму та її актуальність для різних поколінь.

З погляду медіаспоживання найбільший рівень взаємодії спостерігається на текстових дописах із візуальним супроводом. Саме такі матеріали отримують найбільше реакцій, збережень та поширень, у той час як сторіз і відео демонструють нижчий рівень залученості. Це свідчить про потребу аудиторії в структурованому, аналітичному та якісно оформленому контенті, що дозволяє глибше зрозуміти історичні процеси та культурні явища.

Мовна стратегія медіапроєкту є чітко визначеною: контент створюється англійською мовою, що зумовлено прагненням популяризувати тему Криму на міжнародному рівні. Англійська виступає глобальною мовою міжкультурної комунікації, медіадискурсу та академічного середовища. Крім того, саме англійська аудиторія часто має обмежений доступ до достовірних матеріалів про Крим та кримськотатарський народ, оскільки більшість доступної інформації є або російською, або українською. Саме тому вибір англійської мови спрямований на заповнення цієї інформаційної прогалини та протидію російським дезінформаційним наративам на глобальній арені.

У перспективі розвиток проєкту передбачає подальше розширення міжнародної аудиторії — насамперед у країнах Європейського Союзу, де питання окупації Криму та безпеки Чорноморського регіону має високу політичну й суспільну актуальність. Поглиблення англійської комунікації, а також можливе створення окремих матеріалів іншими європейськими мовами може підсилити вплив проєкту та збільшити його внесок у глобальний інформаційний дискурс.

РОЗДІЛ 3.

ТЕХНІЧНІ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ

Для створення проєкту «Досліджуючи Крим» використовувалася комп'ютерна та телефонна техніка.

Текст публікацій створювався у Google Docs. Зручні функції, такі як додавання коментарів, дозволили швидко та легко формулювати інформаційне наповнення.

Візуальні матеріали створювалися завдяки веб-сайту Canva. Платформа зручна у використанні, має безліч корисних функцій — серед яких безкоштовні ілюстративні матеріали, які також були використані при створенні деяких дописів.

Мобільний застосунок MagicEraser застосовувався для вирізання деяких елементів окремо від усієї фотографії. Після цього елемент вставлявся у вже готовий проєкт у Canva.

Для створення авторського логотипу було використано платформу Figma.

Усі відеоматеріали, включно із додаванням субтитрів, створювалися у застосунках VN — з телефону та CapCut — з ноутбуку. Для редагування звуку так само використовувалися обидва застосунки.

Для швидкого та достовірного перекладу з української мови на англійську мову було використано платформу ChatGPT.

ВИСНОВКИ

У процесі виконання кваліфікаційної магістерської роботи було досягнуто поставленої мети — створення, теоретичне обґрунтування та практичне впровадження англomовного медіапроєкту «Досліджуючи Крим», спрямованого на популяризацію кримськотатарської культури та інформування міжнародної аудиторії про події, пов'язані з окупацією Криму. Результати виконаної роботи підтвердили ефективність соціальних мереж як інструменту популяризації знань та формування суспільно важливих наративів.

1. У ході дослідження доведено, що цифрові медіа, а особливо соціальні платформи з високою інтерактивністю, відіграють ключову роль у збереженні національної пам'яті та протидії інформаційній агресії. Аналіз теоретичних джерел та практичний досвід роботи зі сторінкою показали, що соціальні мережі забезпечують швидке поширення правдивої інформації, сприяють доступності історичних і культурних матеріалів, а також створюють альтернативу російським дезінформаційним наративам. Завдяки формату Instagram, що поєднує текст і візуальні елементи, вдалося трансформувати складні історичні події у доступну, коректну та емоційно чутливу форму. Це посприяло підвищенню інтересу міжнародної аудиторії до теми окупації, історії кримськотатарського народу та системних порушень прав людини.

2. Аналіз успішних українських кримських медіа дозволив визначити нішу, яку займає сторінка «what.is.qirim». На відміну від здебільшого новинних або офіційних ресурсів, даний медіапроєкт поєднує історичну пам'ять, культурологічні матеріали, сторітелінг і пояснювальну журналістику, що робить його унікальним у своєму сегменті.

Під час роботи над стратегією враховано особливості міжнародної аудиторії: потребу у зрозумілих поясненнях, доступній мові, контекстуалізації українських реалій, адаптації термінології та уникненні локальних мовних референцій. Вибір англійської мови був повністю виправданий — статистика показала стабільний інтерес читачів з інших

країн, а також високий рівень залучення. Також було розроблено єдиний візуальний стиль, систему подачі інформації, жанрову палітру та дизайн публікацій, що забезпечило впізнаваність сторінки. Усі ці елементи стали основою цілісної комунікаційної стратегії.

3. Було створено повноцінний медіапроект — англomовний Instagram-канал, спрямований на системне висвітлення культури, історії та сучасних подій, пов'язаних із кримськотатарським народом. Контент сторінки охоплює аналітичні матеріали про окупацію Криму, депортацію 1944 року, політичні репресії та порушення прав людини, а також культурологічні дописи про традиції, мистецтво, кухню та видатних діячів кримськотатарського суспільства. Значну частину проекту становить спростування російських пропагандистських міфів, що формує альтернативний, правдивий інформаційний наратив.

Розроблений медіапростір виконує кілька взаємопов'язаних функцій: освітню — пояснюючи складні історичні та політичні явища доступною мовою; культурну — популяризуючи кримськотатарську спадщину; інформаційну — документуючи злочини окупаційного режиму; дипломатичну — сприяючи формуванню міжнародного дискурсу, відмінного від російського. Контент відповідає професійним вимогам достовірності, фактчекінгу та етичності, а формат візуально-текстових каруселей дозволяє подати великий обсяг інформації у лаконічній, зручній для міжнародної аудиторії формі.

У підсумку реалізація інстаграм-проекту повністю підтвердила можливість використання соціальних мереж як ефективного інструменту комунікації з іноземною аудиторією щодо кримськотатарської проблематики. Створений медіапроект забезпечує регулярне інформування, підвищує рівень обізнаності читачів та формує стійкий інтерес до теми.

4. З'ясовано, що найвищий рівень залучення мають текстові дописи-каруселі з візуалізацією, аналітичні публікації, матеріали, що

спростовують російські міфи, дописи про культуру кримських татар. Більш низькі показники взаємодії мали stories та відеоролики Reels, що свідчить про потребу аудиторії в ґрунтовному, структурованому, а не розважальному контенті.

Просування сторінки здійснювалося органічним шляхом — через особисті сторінки авторки, репости підписників і рекомендаційні алгоритми Instagram. Були отримані численні відгуки, які засвідчують інтерес до теми Криму та подяку за доступну й структуровану подачу матеріалів. Аналіз підтвердив, що формат текстових каруселей є найбільш дієвим для подання суспільно важливої інформації у міжнародному медіапросторі.

Таким чином, усі поставлені завдання були виконані, а отримані результати підтверджують ефективність обраної моделі медіапроєкту та його потенціал у міжнародному інформаційному просторі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бобкова А. Meta повідомила про 3 млрд активних користувачів Instagram щомісяця. [LIGA.net](https://tech.liga.net/ua/technology/novosti/meta-povidomyla-pro-3-mlrd-aktyvnykh-korystuvachiv-instagram-shchomisiatsia). URL:
<https://tech.liga.net/ua/technology/novosti/meta-povidomyla-pro-3-mlrd-aktyvnykh-korystuvachiv-instagram-shchomisiatsia>
2. Неплях Л. Популярні соціальні мережі в Україні 2025: статистика. vector. URL:
<https://vctr.media/ua/populyarni-soczialni-merezhi-v-ukrayini-2025-statistika-267232/>
3. Суспільне. Крим. URL: <https://www.instagram.com/suspilne.crimea>
4. Birnbaum M. Eight months after Russia annexed Crimea from Ukraine, a complicated transition. The Washington Post. URL:
https://www.washingtonpost.com/world/europe/eight-months-after-russia-annexed-crimea-from-ukraine-a-complicated-transition/2014/11/27/d42bcf82-69b3-11e4-bafd-6598192a448d_story.html
5. Crimeadaily. URL: <https://www.instagram.com/crimeadaily>
6. Crimea declares independence. DW. URL:
<https://www.dw.com/en/crimea-applies-for-annexation-by-moscow-after-secession-referendum-wins-968-approval/a-17500659>
7. Crimea_vox. URL: https://www.instagram.com/crimea_vox
8. Kuzio T. Crimea: Where Russia's War Started and Where Ukraine Will Win. Jamestown. URL:
<https://jamestown.org/crimea-where-russias-war-started-and-where-ukraine-will-win/>
9. Qirim.media. URL: <https://www.instagram.com/qirim.media>
10. Pashko I. How Russia uses Crimea to commit crimes. Ukraïner. URL:
<https://www.ukrainer.net/en/russia-crimea-crimes/>
11. Putin confirms Crimea annexation as Ukraine soldier becomes first casualty. The Guardian. URL:

<https://www.theguardian.com/world/2014/mar/18/putin-confirms-annexation-crimea-ukrainian-soldier-casualty>

12. Simpson J. Russia's Crimea plan detailed, secret and successful. BBC. URL:

<https://www.bbc.com/news/world-europe-26644082>

13. Tercimanmedia. URL: <https://www.instagram.com/tercimanmedia>

14. Kirby P. Why Zelensky can't and won't give up Crimea. BBC. URL:

<https://www.bbc.com/news/articles/cm2x58m46e1o>

ДОКУМЕНТАЦІЯ

1.

Ismail Gasprinsky is often called the spiritual father of the Crimean Tatar nation. He was one of the most influential reformist educators of the late 19th and early 20th centuries, dedicating his life to combining traditional values with European progress.

In April 1883, Gasprinsky received permission to publish the newspaper Terciman ("The Translator").

Initially, it had to be printed in both Crimean Tatar and Russian to be allowed. But soon it became hugely popular - imagine: from just 320 copies at the start to 20,000 within a few years!

For many Turkic peoples across the empire, this was the first time they had a regular publication in their own language. Terciman was read not only in the Russian Empire but also in countries like Turkey, Romania, China, France, Switzerland, Iran, Egypt, Bulgaria, and even the United States.

Seeing this success, Gasprinsky expanded his publishing work. He launched:

- the weekly Millet ("The People"),
- the women's magazine Alem-i Nisvan ("Women's World"),
- the children's magazine Alem-i Subyan ("Children's World"),
- a satirical paper called Ha-ha-ha!

On its pages, Gasprinsky promoted bold ideas: the equality of Muslim women and their right to education. Thanks to his efforts, new schools for girls opened across Crimea.

Through Alem-i Nisvan, women learned about laws, health, hygiene, inspiring life stories, scientific discoveries, and literature.

Sadly, in 1911, the Russian authorities banned the magazine without explanation, and only a few copies were saved.

Gasprinsky also worked tirelessly to reform education. Together with colleagues, he developed a new school system: mekteb (primary), mekteb-rushdiye

(secondary), and medrese (higher education). He later opened the first “new-method” school in Crimea, teaching himself with textbooks he had written.

In 1910, Gasprinsky was even nominated for the Nobel Peace Prize by the French journal *La Revue du Monde Musulman*, for his contributions to education and intercultural dialogue.

Although the prize went to the International Peace Bureau that year, his nomination shows how far his influence had spread.

During Soviet times, however, he was accused of “pan-Turkism” and “pan-Islamism”. His grave was destroyed, and his name was erased from history. Only in 1999 did Crimean Tatars restore his tombstone, honoring the legacy of a man who shaped their national identity.

2.

For Crimean Tatars, making and drinking coffee is more than just a habit — it's a ritual, a way to keep family traditions alive, and to pass cultural heritage to the next generations.

They say coffee strengthens the family, teaches children respect and conversation, and has always been there for the community during the hardest times of deportations and repression — and still is today, far from their homeland.

Coffee first came to Crimea in the 16th century, during the Crimean Khanate, under Ottoman influence. It quickly became popular, though coffeehouses were men-only spaces, while women gathered separately.

Back then, the owner (often with his son) would brew the coffee, and the beautiful tradition of leaving a “suspended coffee” for someone in need was born - a practice that is making a comeback today.

There are many occasions for coffee.

- Hoskeldi qavesi — coffee for guests, always served without asking, with sweets.
- Bayram qavesi — holiday coffee, prepared during major religious celebrations like Kurban Bayram and Oaza Bayram.

- Saba qavesi — morning coffee with the whole family, when several generations gather around the table.

Another tradition is Kelin qavesi — “bride's coffee”, served by the new daughter-in-law on the second day after the wedding as a gesture of respect and connection.

If there's good news in the family — a purchase, an achievement, a happy event — everyone comes together for Kozaidin qavesi (coffee for joyful news), sometimes even rushing over in pajamas to share the moment.

The preparation itself is special. Coffee beans are roasted in a dry pan and ground by hand in a mill, usually by the family elder, who starts conversations while doing it. Coffee with a rich foam is a sign of respect. It's served with a small piece of caramelized milk sugar (seker) — never mixed in. Sometimes grape syrup (bekmes) was added, but the classic version is always kara gave (black coffee).

There are other variations too: sütl qave (milk coffee) for children, teaching them early about its cultural value.

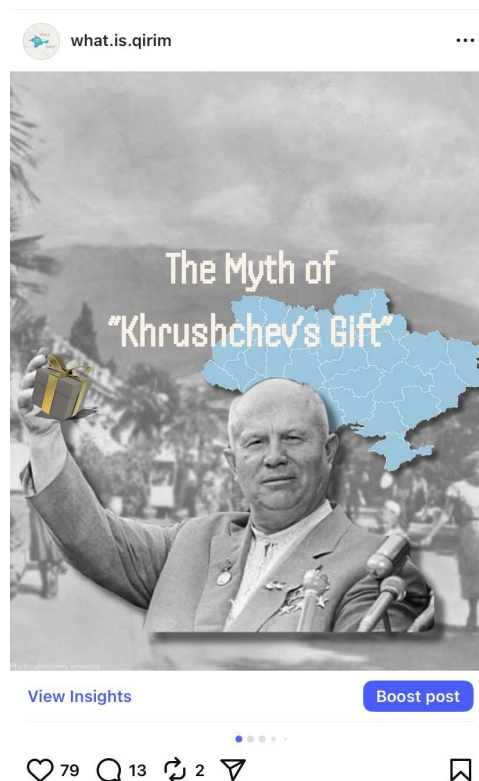
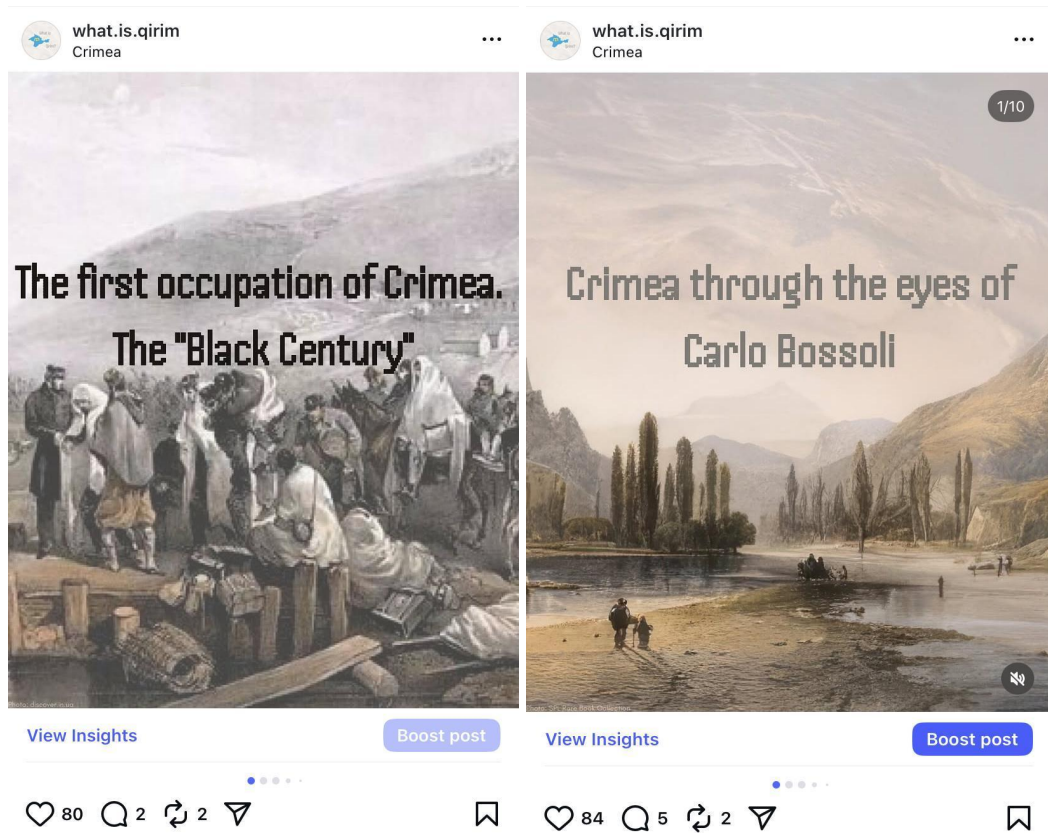
Through all the struggles — exile, oppression, occupation — coffee has remained a symbol of resilience and togetherness. Crimean Tatars say: “There might be no bread at home, but there must be coffee.” That's how deep this tradition runs.

Today, Crimean Tatar coffee culture is officially recognized as part of Ukraine's Intangible Cultural Heritage.

ДОДАТКИ

Додаток А

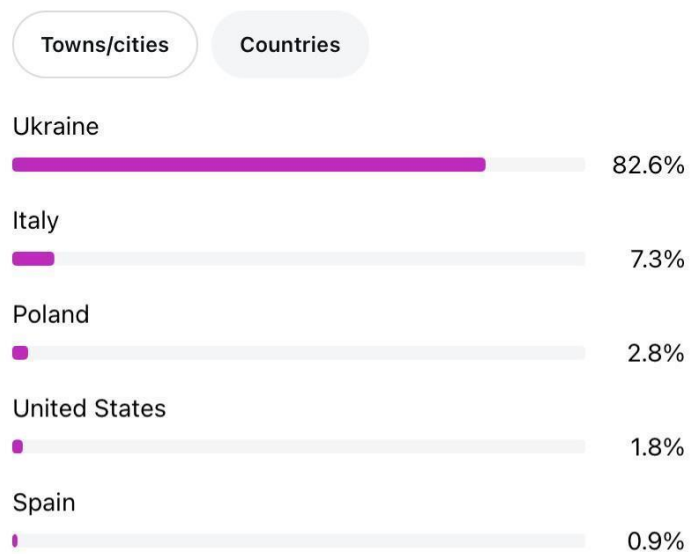
Власні публікації



Додаток Б

Країни, де найбільше вдалося залучити читачів до проєкту

Top locations



Додаток В

Фідбек від підписників

- 

nataliianatti 2w · ❤️ by author

Là Russia ha sempre osteggiato la popolazione indigena della Crimea sia con atti di repressione che tramite deportazioni forzate

Reply See Translation Hide

❤️ 1
- 

tanyasushynska 2w · ❤️ by author

It's very important to talk about such global theme.

Reply Hide

❤️ 2
- 

kataa_yu 2w · ❤️ by author

Thanks for the honest information 🙌🔥

Reply Hide

❤️ 1
- 

canetta.luca 7w · ❤️ by author

Such a tragedy cannot remain under silence and forgotten

Reply Hide

❤️ 1

АНОТАЦІЯ

Пашко І. Створення та просування Інстаграм сторінки «Досліджуючи Крим: розповіді про мистецтво, історію та окупацію»

Ключові слова: Крим, кримські татари, культура, окупація, сторітелінг, media, Instagram, соціальні мережі.

Проект «Досліджуючи Крим: розповіді про мистецтво, історію та окупацію» є спробою осмислити історію та культуру кримських татар через сучасні медіа. Його основою стала англomовна Instagram-сторінка, орієнтована на міжнародну аудиторію. У фокусі — теми мистецтва, архітектури, літератури, історичних подій, традицій і сучасного життя кримських татар під окупацією. Проект має освітню, культурну та інформаційну функції, формуючи альтернативний, правдивий дискурс про Крим.

Одним із ключових завдань є створення контенту, який поєднує наукову достовірність із візуальною привабливістю. Через серію візуальних постів, відео-рілсів, історій та інтерв'ю з відомими кримськотатарськими митцями та активістами сторінка демонструє, що кримськотатарська культура не лише пережила численні репресії, а й продовжує розвиватися. Вона показує історію Криму не як територію конфлікту, а як простір життя, пам'яті та мистецтва, що протистоїть знищенню.

Успіх проекту можна визначити за взаємодією читачів із контентом, а саме — коментарями, які вони залишали під дописами, репостами на власні сторінками, поширенням у сторіс та вподобаннями.

Актуальність проекту зумовлена необхідністю збереження культурної пам'яті та правдивого наративу про Крим у глобальному інформаційному просторі.

ANNOTATION

Pashko I. Creation and promotion of the Instagram page “Exploring Crimea: stories about art, history, and occupation”

Keywords: Crimea, Crimean Tatars, culture, occupation, storytelling, media, Instagram, social networks.

The project “Exploring Crimea: stories about art, history, and occupation” is an attempt to comprehend the history and culture of the Crimean Tatars through modern media. Its foundation is an English-language Instagram page aimed at an international audience. The focus is on themes of art, architecture, literature, historical events, traditions, and the contemporary life of Crimean Tatars under occupation. The project has educational, cultural, and informational functions, forming an alternative, truthful discourse about Crimea.

One of the key tasks is creating content that combines academic accuracy with visual appeal. Through a series of visual posts, video reels, stories, and interviews with well-known Crimean Tatar artists and activists, the page shows that Crimean Tatar culture has not only survived numerous repressions but continues to develop. It presents the history of Crimea not as a territory of conflict but as a space of life, memory, and art that resists destruction.

The success of the project can be defined by the audience’s engagement with the content, namely the comments they left under the posts, reposts on their own pages, sharing in stories, and likes.

The relevance of the project is determined by the need to preserve cultural memory and a truthful narrative about Crimea in the global information space.