

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Факультет журналістики
Кафедра міжнародної журналістики

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему:

**УКРАЇНСЬКА КУЛЬТУРА ТА МИСТЕЦТВО У СВІТОВОМУ
МЕДІАПРОСТОРИ: СТВОРЕННЯ АВТОРСЬКОГО КОНТЕНТУ ТА
ПРОСУВАННЯ ЧЕРЕЗ СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ «ТІКТОК» ТА
«ІНСТАГРАМ»**

Здобувача IV курсу
групи МЖБ-1-21-4.0д
ступеня вищої освіти «бакалавр»
галузі знань 06 Журналістика
спеціальності 061 Журналістика
освітньої програми 061.00.05 Міжнародна
журналістика
Русіна Богдана Михайловича

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

Науковий керівник: Гондюл О.Д., викладач
кафедри міжнародної журналістики

(підпис студента)

(ініціали, прізвище)

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Допускаю до захисту перед ЕК

Голова комісії

_____ В.І. Терешук
завідувач кафедри
міжнародної журналістики

(підпис)

(ініціали, прізвище)

Члени комісії

(підпис)

(ініціали, прізвище)

(підпис)

(ініціали, прізвище)

(підпис)

(ініціали, прізвище)

м. Київ – 2025 рік

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ ТА МИСТЕЦТВА У ЦИФРОВОМУ МЕДІАПРОСТОРІ.....	7
РОЗДІЛ 2 СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ ДВОМОВНОГО МЕДІАПРОЄКТУ «KLEKIT CULTURE».....	19
2.1. Обґрунтування інформаційного проєкту.....	19
2.2. Структура проєкту	22
2.3. Жанрова палітра	24
2.4. Зображальний матеріал та особливості оформлення	28
2.5. Авторська ідея.....	29
2.6. Особливості аудиторії.....	31
РОЗДІЛ 3 ТЕХНІЧНІ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ	34
ВИСНОВКИ.....	39
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	41
ДОКУМЕНТАЦІЯ.....	46
ДОДАТКИ.....	55
АНОТАЦІЯ	57

ВСТУП

Актуальність дослідження. У сучасному світі цифрові медіаплатформи стали ключовими каналами комунікації, які формують суспільну свідомість і впливають на культурний простір. Особливо важливою є роль соціальних мереж, таких як ТікТок (англ. – TikTok) та Інстаграм (англ. – Instagram), у популяризації національних культурних цінностей і мистецьких явищ. Саме ці платформи є найбільш популярними серед користувачів інтернет-мережі. Українська культура, що має багатовікову історію, самобутнє мистецтво, багату спадщину та активний сучасний розвиток, потребує активного представлення у глобальному медіапросторі для підвищення своєї видимості та впливу.

Актуальність теми зумовлена зростаючою потребою у формуванні позитивного іміджу України. У контексті повномасштабної війни, гібридних загроз і боротьби за інформаційний простір, контент про культуру та мистецтво у соціальних мережах набуває стратегічного значення. Він не тільки популяризує українське, але й формує національну гідність, розширює уявлення світової аудиторії про нашу культуру як про сучасну, автентичну і динамічну.

Попри значний український культурний потенціал, у соціальних мережах все ще бракує якісного та системного контенту про українське мистецтво та культуру. Багато проєктів, що репрезентують національну ідентичність, є розрізненими, не мають чіткої стратегії просування або не охоплюють міжнародну аудиторію. У той час як світ демонструє інтерес до культурного опору та феномена України, саме зараз надзвичайно важливо сфокусовано працювати над створенням контенту, який би не тільки інформував, а й надихав, залучав, формувал емоційний зв'язок з глобальним та внутрішнім глядачем.

Таким чином, дослідження механізмів створення авторського контенту, а також ефективних стратегій просування української культури та мистецтва в Інстаграм та ТікТок є своєчасним і суспільно значущим. Це дослідження

сприятиме кращому розумінню того, як цифрова комунікація може бути інструментом культурної дипломатії, і допоможе окреслити шляхи посилення присутності українського культурного коду в інформаційному середовищі світу.

Мета бакалаврської роботи – проаналізувати особливості репрезентації української культури та мистецтва у світовому медіапросторі через соціальні мережі ТікТок та Інстаграм, зокрема через авторський проєкт «KLEKIT CULTURE» (укр. «Культурний кліт»), та оцінити ефективність просування авторського контенту з урахуванням особливостей сучасної цифрової комунікації та політики.

Завдання дослідження:

- Розкрити ключову термінологію бакалаврської роботи та теоретичні засади дослідження культури
- Проаналізувати особливості репрезентації української культури та мистецтва у світовому медіапросторі в умовах цифровізації та глобалізації
- Виявити функціонал соціальних мереж ТікТок та Інстаграм як інструмент для просування контенту.
- Створити двомовний авторський медіапроєкт «KLEKIT CULTURE», спрямований на поширення контенту про українську культуру та мистецтво через соціальні мережі ТікТок та Інстаграм.

Об’єкт дослідження – просування української культури та мистецтва у світовому медіапросторі.

Предмет дослідження – механізми створення та просування авторського контенту, спрямованого на популяризацію української культури та мистецтва у соціальних мережах ТікТок та Інстаграм через авторський медіапроєкт «KLEKIT CULTURE».

Методами дослідження в проєкті «KLEKIT CULTURE» є:

- Аналіз статистичних даних соціальних мереж, що включає збір та обробку показників охоплення аудиторії, кількості взаємодій (лайки, коментарі, репости).

– Проведення опитування користувачів соціальних мереж, спрямованого на вивчення їхнього ставлення до українськомовного контенту, виявлення їхніх інтересів, вподобань і потреб щодо тематики культурних публікацій.

– Контент-аналіз створених текстових та візуальних матеріалів медіапроєкту, що охоплює систематичне вивчення стилістичних особливостей, тематичних акцентів, формату публікацій у постах та сторіс (англ. Stories).

– Моніторинг динаміки розвитку медіапроєкту, що полягає у відстеженні змін показників взаємодії та реакції аудиторії на контент протягом визначеного періоду, з метою аналізу стабільності інтересу та адаптації стратегії.

– Аналіз ефективності просування контенту в різних соціальних мережах, зокрема порівняння результатів просування у ТікТок та Інстаграм, враховуючи особливості форматів, аудиторій та використання трендової музики у відеоматеріалах.

Структура проєкту:

Розділ 1. Теоретичні засади дослідження української культури та мистецтва у цифровому медіапросторі. Сучасні теоретичні підходи до розуміння культури та мистецтва в умовах цифровізації. Особливості створення та просування авторського контенту у ТікТок та Інстаграм. Аналіз цільової аудиторії.

Розділ 2. Специфікація двомовного медіапроєкту «KLEKIT CULTURE». Обґрунтування створення медіапроєкту, його мети та основних завдань у контексті популяризації української культури та мистецтва. Опис структури контенту, жанрової палітри, принципів текстового та візуального оформлення. Формати взаємодії з аудиторією та стратегія просування проєкту у соціальних мережах ТікТок та Інстаграм.

Розділ 3. Технічні та програмні засоби, необхідні для втілення проєкту. Опис використаних технічних інструментів та програмного забезпечення для

створення, оформлення і публікації авторського контенту. Особливості підбору та застосування аналітичних інструментів для моніторингу ефективності просування проєкту. Визначення перспектив розвитку «KLEKIT CULTURE» у цифровому медіапросторі.

Проєкт був апробований на Третій науково-практичній конференції студентів та аспірантів «Світова журналістика в епоху глобальних змін» у формі доповіді та тез конференції.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ ТА МИСТЕЦТВА У ЦИФРОВОМУ МЕДІАПРОСТОРИ

Визначення термінології, стан наукової розробки проблеми та джерельна база

Українська культура це сукупність історичних, мистецьких, духовних цінностей і традицій, які формують національну ідентичність і мають значний вплив на суспільство. Вона є невід'ємною складовою національної ідентичності, яка сформувалася на перетині історичних, етнічних і мистецьких традицій. Термін «культура» має латинське походження і етимологічно пов'язаний зі словом «культ» (лат. cultus – поклоніння богам і предкам). Отже, можна дати таке тлумачення: це те, що підносить нас, підвищує наш рівень. Спочатку цей термін означав «обробіток, оброблення землі відповідно до потреб людей». Пізніше він став використовуватися для визначення процесу виховання, освіти та розвитку [13, 5].

Словник Merriam-Webster подає визначення *культури* як багатогранного поняття, що охоплює різні аспекти людського існування. Одне з основних визначень звучить так: «сукупність звичних переконань, соціальних форм та матеріальних ознак расової, релігійної або соціальної групи; а також характерні риси повсякденного життя (наприклад, дозвілля чи спосіб життя), які поділяють люди в певному місці або часі». Крім цього, словник підкреслює, що культура може стосуватися спільних цінностей, цілей і практик, які визначають певну організацію або спільноту (наприклад, корпоративна культура), або ж відображати соціальні норми і звички, пов'язані з певною діяльністю чи галуззю (наприклад, культура споживання чи культура друку). Також культура розглядається як цілісна система знань, переконань і поведінки, що передається з покоління в покоління через навчання. У ширшому сенсі поняття охоплює інтелектуальний і естетичний розвиток, знайомство з мистецтвом, гуманітарними науками і наукою в

цілому, як ознаку освіченої особистості. Таким чином, культура – це не лише спосіб життя чи спадщина, а й динамічне поле взаємодії знань, цінностей та творчого самовираження [5].

Мистецтво є універсальною формою людської творчості, що відображає багатогранність культур, традицій і світоглядів різних народів світу. Воно має безліч форм – від живопису та музики до театру, літератури і сучасних цифрових мистецьких практик – і в кожній країні набуває унікальних рис, пов'язаних з історією, релігією, соціальними особливостями та традиціями. З поширенням цифрових технологій і розвитку світового медіапростору мистецтво вийшло за межі локальних спільнот і набуло глобального звучання.

Словник Merriam-Webster трактує *мистецтво* як поняття, що поєднує майстерність, уяву та естетичне самовираження. Одне з ключових визначень – «свідоме використання майстерності та творчої уяви, зокрема у створенні естетичних об'єктів». Це може стосуватися як самого процесу творення, так і готових витворів. Мистецтво також розглядається як галузь знань, зокрема одна з гуманітарних дисциплін або вільних мистецтв, а також як професійна діяльність, що вимагає глибоких знань і навичок. Окрім того, термін може позначати вміння, набуте досвідом, спостереженням або навчанням – як-от «мистецтво заводити друзів». Таким чином, мистецтво – це не лише естетична практика, а й форма інтелектуальної діяльності та комунікації, що вимагає як технічної майстерності, так і творчого натхнення [1].

До інших ключових термінів дослідження належать «цифровий медіапростір», «глобальний медіапростір», «авторський контент» та суміжні поняття. Медіапростір визначають як «складну самоорганізовану систему», що є підсистемою інформаційно-комунікаційного всесвіту [2]. Він виступає компонентом глобального соціального простору, де відбувається виробництво та споживання інформації.

Глобальний або світовий медіапростір відноситься до взаємопов'язаної сфери засобів масової інформації, комунікації та обміну інформацією, яка охоплює міжнародні кордони. Вона охоплює різні платформи, такі як

телебачення, радіо, газети, соціальні медіа та інші форми масової комунікації, які доступні в усьому світі [3] [9]. Тобто це сукупність усіх світових каналів масової комунікації, яка формується внаслідок цифровізації і виступає контекстом для діалогу та полілогу культур.

Авторський контент (контент творця) – це оригінальний медіаконтент (відео, тексти, зображення), створений автором, такий, що може набувати вірусного розповсюдження. Наприклад, Pew Research визначає «творця контенту» в ТікТок як акаунт з не менше ніж 5000 підписників, популярність якого ґрунтується на самостійній активності в інтернеті [17]. В той же час, поширення глобалізації та цифровізації надали можливість будь-якій особистості ставати творцем контенту, без будь-яких обмежень у кількості підписників.

Сьогодні, завдяки цифровим технологіям, культура та мистецтво отримали нові можливості для інтеграції в глобальний медіапростір. Соціальні мережі, такі як Інстаграм та ТікТок, стали важливими платформами для просування, адже соціальні мережі – це медіареволюція, яка дає споживачам повну можливість отримувати інформацію та передавати її [6, 5].

Через ці платформи контент про культуру та мистецтво, який раніше обмежувався локальними спільнотами, тепер доступний для глобальної аудиторії, що відкриває нові горизонти для взаємодії між культурами. Це дозволяє не лише популяризувати українське мистецтво, а й зберігати національну ідентичність у процесі глобалізації.

Тема української культури в глобальному цифровому медіапросторі поки що недостатньо висвітлена, але інтерес до неї зростає. Українські та зарубіжні дослідники оцінюють, як цифрові технології змінюють природу культурного дискурсу. Так, К. Кислюк трактує ТікТок не лише як розважальний майданчик, але як «активного соціально-політичного суб'єкта», що «транслює українську ідентичність» одночасно на громадянсько-політичному, мовно-культурному та етнічному рівнях [12]. Водночас медіалінгвісти та культурологи загалом вивчають взаємодію культур у

медіапросторі: наприклад, медіалогія підкреслює необхідність аналізу «різноманіття й взаємодії різних культур у глобальному медіапросторі» з етнічної та мистецької перспективи [16]. У царині цифрової культури міжнародні дослідники (наприклад, В. Міллер) трактують її як культуру, сформовану появою і використанням нових цифрових технологій; ця культура розглядається ключовим елементом цифрової трансформації суспільства [14]. Зокрема, цифрову культуру часто характеризують як «культуру участі» – коли користувачі не лише споживають інформацію, а й активно сприяють її створенню.

Появу цифрових діаспор вивчають як феномен глобалізації: за спостереженнями А. Качанівської, цифрові діаспори (віртуальні спільноти вихідців певної нації) створюють «сучасний глобальний відкритий публічний простір» для вираження багатьох голосів, які раніше могли залишатися непочутими [10].

Відповідно, джерельна база дослідження включає англійські праці з теорії медіа- і культурології, а також українські дослідження явища (наприклад, аналіз ТікТок як платформи для формування ідентичності).

Сучасні теоретичні підходи до розуміння культури та мистецтва в умовах цифровізації

Сучасний етап розвитку суспільства характеризується стрімким впровадженням цифрових технологій у всі сфери життя, що має безпосередній вплив на культуру та мистецтво. У своєму дослідженні А. Флогі та Р. Репник, пишуть що використання інформаційно-комунікаційних технологій робить суттєвий внесок у подолання культурного різноманіття та збереження культурної ідентичності [8].

Цифровізація не лише змінює форми створення, споживання та поширення культурного контенту, але й трансформує саме поняття культури і мистецтва в сучасному медіапросторі. Відтак, теоретичні підходи до їхнього розуміння також зазнають суттєвих змін, що відображає необхідність

адаптації традиційних концепцій до нових реалій. Одним із ключових підходів у сучасній культурології є концепція цифрової культури, яка розглядає культуру як комплекс цифрових практик, інструментів і комунікацій, що забезпечують створення, поширення та споживання культурних продуктів у цифровому середовищі.

У сучасній науці культура й мистецтво в цифрову епоху розглядаються крізь призму медіатизації та цифрової трансформації суспільства. Так, Д. Баїгожина та співавтори наголошують, що зростання цифрового медіапростору є «природним етапом» у розвитку електронних комунікацій і спричинює новий домінуючий технологічний порядок [2]. Це означає, що будь-які культурні процеси опосередковуються засобами комунікації: нові медіа впливають на формування культурних норм, каналів поширення мистецтва та репрезентацію спадщини. Згідно з концепцією медіалогії, дослідницький фокус зосереджено на глобальній взаємодії культур через медіа. Медіалоги вважають, що розвиток комунікаційних технологій породжує нові форми «нової міфології» та постмодерного суспільства, де традиційні кордони мистецтва та мас-культури стають умовними. Зокрема, розглядається медіа-мистецтво (digital/Internet art) як окрема дисципліна медіакультури [15].

Феномен медіатизації мистецтва означає процес інтеграції мистецьких форм у медіапростір через цифрові платформи. Цей підхід акцентує увагу на зміні способів сприйняття мистецтва аудиторією, адже цифрові технології дозволяють створювати інтерактивні, мультимедійні та колаборативні форми мистецької діяльності. Це сприяє розмиванню традиційних меж між творцем і споживачем, формуючи нові моделі участі та взаємодії.

Також у сучасних теоретичних дискусіях широко застосовується підхід постмодернізму, який ставить під сумнів усталені уявлення про авторство, автентичність і канонічність у мистецтві. Цифрові технології розширюють можливості реміксування, копіювання та реплікації культурних творів, що веде до переосмислення традиційних цінностей і форм у мистецтві.

Концепція цифрової культури ставить у центр уваги те, як саме технології формують сучасні культурні практики. Так, В. Міллер визначає цифрову культуру як культуру, що виникає разом із поширенням цифрових технологій, і що «формується під впливом їх появи та використання» [14]. За цим підходом, цифрова культура є перш за все інтерактивною та учасницькою: аудиторія мережі не пасивна, а стає співавторами контенту.

Крім того, зростання впливу соцмереж розглядають у дискурсі «інформаційної війни» та «публічної дипломатії» – коли культура стає засобом міжнародного впливу і підтвердження культурної ідентичності на глобальній арені. Наприклад, проведені кампанії поширення української культури в Інтернеті оцінюються як стратегія культурної дипломатії та боротьби з інформаційною агресією. Тобто культура в епоху цифровізації стає не тільки медіапродуктом, але й «інформаційною зброєю» і засобом побудови глобальної ідентичності.

А завдяки соціальним мережам, блогам та платформам для творчості з'являються нові суб'єкти культури – аматори, блогери, інфлюенсери, які мають можливість впливати на культурний дискурс.

Загалом, сучасні теоретичні підходи до розуміння культури та мистецтва в умовах цифровізації відзначаються акцентом на інтеграції технологічних інновацій у традиційні культурні практики, трансформації ролі митця і споживача, а також на посиленні інтерактивності і колаборативності в культурному процесі. Ці зміни відкривають нові перспективи для дослідження української культури в цифровому медіапросторі та формування інноваційних моделей її просування й збереження.

Особливості створення та просування авторського контенту у ТікТок та Інстаграм

Сучасні соціальні мережі, зокрема ТікТок та Інстаграм, стали ключовими платформами для поширення авторського контенту, що дає унікальну можливість митцям, культурним діячам та креаторам безпосередньо

комунікувати зі своєю аудиторією у глобальному масштабі. Кожна з цих платформ має власні особливості, які визначають успішність контенту та стратегії його просування.

ТікТок відомий своєю короткою формою відеоконтенту, який швидко захоплює увагу користувачів завдяки динамічному формату та можливостям алгоритмічного просування. Для створення успішного авторського контенту у ТікТок важливо враховувати трендовість тем, музичне оформлення, а також швидке включення глядача у відео вже з перших секунд. Унікальність і креативність відео, здатність до виклику емоційного відгуку або виклику до взаємодії – ключові чинники популярності. Важливим аспектом також є використання хештегів, участь у челленджах і взаємодія з іншими користувачами для органічного охоплення.

Алгоритм ТікТок відсортовує контент за інтересами, тому для охоплення широкої аудиторії творцям і необхідно використовувати ці інструменти. Вірусність контенту тут визначається насамперед його участю в актуальних трендах і згуртовувальній емоційності (за даними Sprout Social, 37% користувачів використовують ТікТок, щоб слідкувати за поточними трендами та культурними подіями) [4].

Інстаграм, з іншого боку, пропонує багатоформатність у видачі контенту – від зображень і каруселей до сторіз, рілс тощо. Для авторів культури і мистецтва це означає можливість більш глибокого та естетично виразного представлення свого творчого продукту. Візуальна складова має тут надзвичайне значення: стиль, колірна палітра, якість фото та відео формують впізнаваність бренду та особистості. Публікації супроводжуються продуманими підписами, які можуть розкривати контекст, історію створення або закликати до обговорення, що активізує залучення аудиторії.

Для просування в Інстаграм звичайно застосовують продумані візуальні концепції, регулярні пости у сетах зображень чи відео, а також хештеги та геомітки. Алгоритм Інстаграм в першу чергу спрямований на показ контенту підписникам акаунту, а рілс можуть потрапляти й іншим користувачам.

Щодо просування, алгоритми обох платформ покликані підтримувати контент, що активно взаємодіє з користувачами – лайки, коментарі, поширення, та перегляди. Рекламу, таргетинг, кроспостинг (взаємне промо із суміжних соцмереж) і співпраця з блогерами та інфлюенсерами стають додатковими інструментами розширення аудиторії. Авторський контент у цьому середовищі повинен бути адаптованим до постійних змін у трендах і технічних можливостях платформ, що вимагає від творців гнучкості та постійного навчання. Лише в США ТікТок має понад 1,58 млрд активних користувачів на місяць (Інстаграм – близько 2 млрд), причому 76% молодих людей (18–24 роки) регулярно користуються ТікТок [4].

Таким чином, створення та просування авторського контенту у ТікТок та Інстаграм – це синергія творчості, розуміння специфіки аудиторії та технічних можливостей платформи, що відкриває нові горизонти для популяризації української культури та мистецтва на світовій арені.

В Україні та світі з'являються десятки проєктів, що конкурують у ніші культурного контенту. Наприклад, культурні інституції (Український Інститут, музеї), продакшн-студії та блогери вже використовують ТікТок та Інстаграм для популяризації мистецтва. Успішні культурні медіапроєкти часто створюють фокус на унікальну ідею (напр., віртуальні екскурсії, інтерв'ю з митцями) і використовують вірусні елементи, щоб привернути увагу міжнародної аудиторії.

Аналіз цільової аудиторії

Цільова аудиторія авторського проєкту – переважно молода генерація, яка цікавиться культурою та активна в соціальних мережах. За даними досліджень, покоління Z (народжені 1997–2012) та мілленіали – найбільш активні користувачі ТікТок та Інстаграм. Згідно з опитуванням Pew Research, близько двох третин американських підлітків (13-17 років) користуються ТікТок, а приблизно 62% – Інстаграм [7]. Ще вища частка спостерігається серед молодих дорослих: близько 76% осіб 18-24 років у США

використовують ТікТок [4]. Ці платформи особливо популярні серед дівчат-підлітків (73% дівчат на ТікТок і 60% хлопців; 69% дівчат на Інстаграм і 55% хлопців [7]). Таким чином, молодь обох статей активно залучена до цифрового культурного контенту. Ці аудиторії цінують візуальну привабливість постів, швидкий доступ до нових ідей і можливість самовираження (через коментарі, лайки, участь у челенджах).

Також варто відзначити глобальний аспект: багато представників української культури за кордоном (у діаспорі) користуються ТікТок та Інстаграм для підтримки зв'язку з національною культурою. Як показала А. Качанівська, українська цифрова діаспора формує міжнародний інформаційний простір, де молоді емігранти можуть «перенести» українські культурні коди і ділитися ними з ширшою світовою спільнотою [10]. Це важливо у контексті міжнародної журналістики, адже контент має бути зрозумілим та цікавим не лише в Україні, а й за її межами.

З огляду на це, аудиторія проекту – молодь в Україні та за кордоном, яка цікавиться культурою та мистецтвом, слідкує за трендами і готова долучатися до інтерактивного контенту. Така аудиторія легко адаптується до форматів ТікТок та Інстаграм і активно реагує на оригінальний авторський контент, що поєднує навчальний і розважальний аспекти.

Основною метою авторського медіапроекту «KLEKIT CULTURE» [11] є створення платформ у соціальних мережах ТікТок та Інстаграм для популяризації української культури та мистецтва в глобальному медіапросторі. Проект спрямований на інформування та навчання аудиторії про багатогранність української культури, зокрема мистецтва, традицій та історії. Для більш точного визначення потреб та уподобань цільової аудиторії було проведено онлайн-опитування серед користувачів соцмереж, що зацікавлені в тематиці української культури та мистецтва. В опитуванні взяли участь 53 респонденти.

За результатами досліджень, більша частина респондентів (64,2%) перебувають у віковій категорії: 18-25 років (Рис.1).

How old are you? | Скільки вам років?

 Копіювати діаграму

53 відповіді

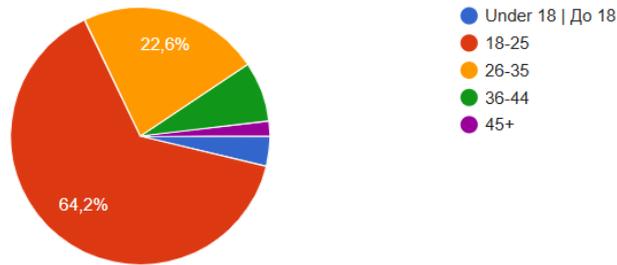


Рисунок 1. Вік цільової аудиторії

За статусом аудиторія поділяється в основному на студентів (54,7%) та активних користувачів соціальних мереж (35,8%), що свідчить що створюваний контент буде максимально ефективно поширюватися у соціальних мережах серед молоді та активних користувачів (Рис.2).

Який ваш статус? / What is your status?

 Копіювати діаграму

53 відповіді



Рисунок 2. Статус цільової аудиторії

Найбільш популярною соціальною мережею для споживання контенту про українську культуру та мистецтво для цієї аудиторії є Інстаграм (88,7%), також опитувані користувачі використовують найчастіше ТікТок (81,1%). Менше за статистику опитувані обрали YouTube (49,1%). Отже обраний формат для публікації контенту є цілком виправдана та найбільш ефективною для просування креативів (Рис.3).

Які соціальні мережі ви використовуєте найчастіше? (можна обрати кілька) / Which social networks do you use most often? (multiple choices allowed)

 Копіювати діаграму

53 відповіді

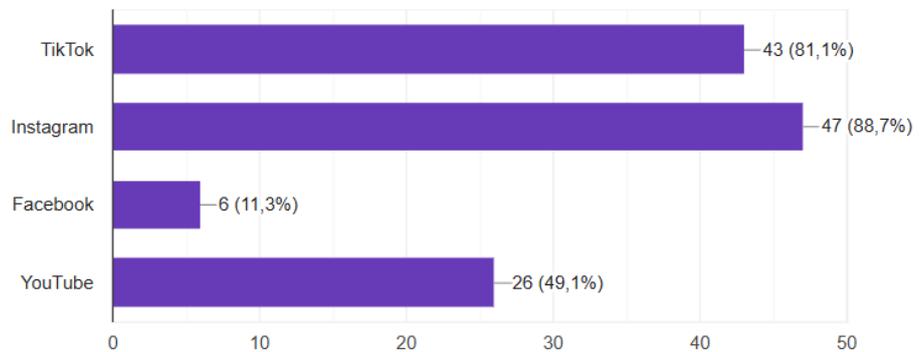


Рисунок 3. Соціальні мережі, якими користуються найактивніше

Аналіз демографічних даних опитування також дозволив окреслити географічний та національний профіль аудиторії, зацікавленої у культурному контенті. Найбільшу частку серед респондентів склали українці, які тимчасово або постійно мешкають за межами України (43%), для яких культурний контент виступає важливим засобом збереження зв'язку з рідною ідентичністю. Також іноземці за кордоном (24%), що свідчить про зростаючий інтерес світової спільноти до української культури, особливо в контексті останніх глобальних подій. Респонденти, що перебувають в Україні також активно цікавляться власною культурною спадщиною. Такий розподіл підтверджує необхідність створення контенту, який буде двомовним, доступним, зрозумілим та естетично привабливим як для внутрішньої, так і для міжнародної аудиторії.

Крім того, учасникам опитування було запропоновано відповісти на питання щодо тем, які їх найбільше цікавлять у межах культурного контенту. Найбільшу зацікавленість викликали актуальні теми, пов'язані з українською політикою (80%) та культурою (74%), що свідчить про високий рівень соціальної свідомості молодій аудиторії та потребу у змістовному, сучасному контенті, який відображає реалії сьогодення. Водночас респонденти також виявили інтерес до матеріалів про українські традиції, мистецтво, музику,

мову та національну ідентичність, що підтверджує актуальність завдання збереження та популяризації культурної спадщини через діджитал-канали.

Окремо було звернено увагу на те, що саме є важливим для аудиторії у споживанні контенту. У відповідях домінували два основні критерії: наявність глибокого смислового наповнення (сенсів) (88%) і візуальна привабливість (92%).

Таким чином, цільова аудиторія проєкту є молоддю, які навчаються в університетах та є активними користувачами соціальних мереж. Це формує чітке розуміння, щодо створення контенту та розвитку платформ. Аудиторія очікує контент з сенсом і чітким естетичним оформленням – адже візуальна складова часто є першим тригером уваги у стрічці соціальних мереж. Таким чином, для досягнення мети проєкту «KLEKIT CULTURE» необхідно створювати сучасний, емоційно виразний та візуально досконалий контент, що водночас несе в собі цінні культурні й національні сенси.

РОЗДІЛ 2

СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ ДВОМОВНОГО МЕДІАПРОЄКТУ «KLEKIT CULTURE».

2.1. Обґрунтування інформаційного проєкту

Медіапроєкт «KLEKIT CULTURE» створений на актуальну потребу поширення інформації про українську культуру та мистецтво у світовому медіапросторі. Основним каналом реалізації проєкту є соціальні мережі ТікТок та Інстаграм, які наразі є провідними платформами для комунікації з молоддю, активними користувачами та представниками української діаспори у світі. У сучасних реаліях, коли цифровий простір наповнений здебільшого розважальним контентом, спостерігається гостра нестача якісної, пізнавальної та інформаційної продукції, що висвітлює національну культурну спадщину. «KLEKIT CULTURE» покликаний заповнити цю прогалину, пропонуючи матеріали, які не лише інформують про історію, мистецькі здобутки і традиції України, а й повертають читачів до витоків національної ідентичності.

Однією з важливих проблем сучасного українського інформаційного простору є домінування російськомовного контенту, що особливо гостро відчувається під час повномасштабної війни з росією.

Назва проєкту – «KLEKIT CULTURE» – символічна і багатозначна. Слово «культурний» відображає основний зміст і спрямованість проєкту, а «клекіт» (клекотати) асоціюється із звучанням, яке проєкт має у світовому медіапросторі. Цей образ підкреслює, що голос української культури звучить, стає помітним і впливовим серед глобальної аудиторії. Мета – викликати у користувачів приємні, впізнавані асоціації з проєктом, який поєднує глибину традицій з сучасним медіаформатом.



Рисунок 4. Назва авторських медіаплатформ у ТікТок та Інстаграм

Унікальність «KLEKIT CULTURE» полягає у креативному підході до створення контенту. Візуальний стиль проєкту виконаний у формі блокноту, що символізує збереження знань, історії та мистецтва – начебто літопис національної культури. Кожен пост супроводжується тематичними фото, а слайд-шоу у ТікТок підсилюються трендовою музикою українською та англійською мовами, що додає емоційної насиченості та залучення. Авторський логотип є орнаментом, зображений у техніці «вишивка хрестиком» з червоних та чорних кольорів, формує впізнаваний бренд і візуальну ідентичність проєкту.

Тематика проєкту охоплює широке коло культурних напрямків – від кінематографу, музики, образотворчого мистецтва до історичних постатей і народних традицій. Структура контенту включає як основні пости, так і інтерактивні сторіс з рубриками «топ-5...» та «а чи знали ви?», що стимулюють інтерес і взаємодію аудиторії. Слайдшоу у ТікТок максимально адаптовані під формат платформи і сприяють залученню нових користувачів.

Стратегія просування проєкту наразі базується на нативному поширенні через власні особисті мережі, а також друзів, студентів. Окрема увага приділена таргетованій рекламі у соціальних сторінках. Такий комплексний підхід дозволяє охоплювати широку аудиторію, підтримувати постійну взаємодію та ефективно підсилювати меседж.

Відмінною рисою «KLEKIT CULTURE» є поєднання двомовності, унікального візуального стилю і глибокої змістовності контенту, що робить його не лише інформаційним ресурсом, а й важливим елементом культурної дипломатії України в цифровому світі. Проєкт сприяє збереженню культурної ідентичності, підвищенню інтересу молоді до національної спадщини та формуванню позитивного іміджу країни на міжнародній арені.

Основні завдання проєкту включають:

- Інформування аудиторії про ключові аспекти української культури та мистецтва через доступний і пізнавальний контент.
- Просвітництво молоді, студентів і активних користувачів соцмереж щодо культурної спадщини та сучасних мистецьких явищ України.
- Формування унікальної візуальної стилістики контенту, яка відображає ідентичність бренду та підсилює привабливість публікацій.
- Забезпечення двомовності контенту для розширення охоплення української та міжнародної аудиторії.
- Систематичне створення тематичних рубрик і структурованого контенту, що охоплює різноманітні напрямки культури та мистецтва.
- Аналіз ефективності контенту та просування проєкту в соціальних мережах з метою оптимізації стратегії комунікації.
- Підтримка постійної взаємодії з аудиторією через інтерактивні формати, що сприяють залученню і активності підписників.

2.2. Структура проєкту

Медіапроєкт «KLEKIT CULTURE» створений як освітньо-інформаційна платформа, що популяризує українську культуру та мистецтво серед молодшої аудиторії в соціальних мережах ТікТок та Інстаграм. Основна мета проєкту – робити культурний контент доступним, цікавим та пізнавальним завдяки двомовним текстовим публікаціям і унікальному візуальному оформленню у стилі блокноту. Структура проєкту включає тематичні пости, що охоплюють різні напрямки культури і мистецтва, а також слайд-шоу із трендовою музикою в ТікТок. Унікальний логотип-орнамент підкреслює національну ідентичність та впізнаваність бренду. Такий комплексний підхід забезпечує ефективну взаємодію з аудиторією та сприяє формуванню позитивного іміджу української культури у глобальному медіапросторі.

Інформаційна функція

У медіапроєкті «KLEKIT CULTURE» інформаційна функція реалізується через двомовні публікації, що розкривають різноманітні аспекти української культури та мистецтва – від історичних фактів і традицій до сучасних мистецьких явищ. Контент подається у доступній формі, з чіткими і зрозумілими поясненнями, що дозволяє аудиторії легко засвоювати нову інформацію.

Навчальна функція

Проєкт «KLEKIT CULTURE» містить практичні знання та корисні поради, які допомагають глибше зрозуміти українську культуру та мистецтво. Він не обмежується лише інформуванням, а й виконує навчальну роль: розповідає, як краще розуміти культурні традиції, знайомить з історією видатних митців, а також пояснює значення окремих мистецьких явищ. Проєкт створений таким чином, щоб користувачі могли самостійно ознайомитися з ключовими культурними темами без необхідності проходити складні академічні курси чи читати важкі тексти. Завдяки поєднанню доступної мови і візуальної підтримки, «KLEKIT CULTURE» сприяє

ефективному навчанню широкої аудиторії – від новачків до тих, хто прагне поглибити свої знання про українське мистецтво.

Візуально-прикладна функція

Профіль «KLEKIT CULTURE» демонструє сучасний підхід до візуального оформлення контенту в соціальних мережах. Використання унікального стилю блокнотних нотаток, гармонійне поєднання кольорів та продумана структура публікацій створюють цілісну естетику проекту. Чітка стилістика, застосування авторського логотипу-орнаменту та візуальних акцентів не лише приваблюють аудиторію, але й формують у підписників навички сприйняття культури через призму сучасного дизайну, допомагаючи їм краще розуміти і цінувати українське мистецтво.

Практична функція

Проект наповнений ґрунтовними розповідями про історію та різні аспекти української культури і мистецтва, що робить його корисним джерелом знань для молоді, студентів та активних користувачів соціальних мереж. Практична цінність полягає у систематичному поданні культурної спадщини у доступній формі. Контентна структура проекту складається з двох основних рубрик:

«Культура» – матеріали, що висвітлюють традиції, звичаї, історичні події та національні особливості.

«Мистецтво» – дописи про живопис, музику, кінематограф, видатних митців та сучасні мистецькі тенденції.

2.3. Жанрова палітра

Медіапроект «KLEKIT CULTURE» має чітко сформовану жанрову палітру, яка об'єднує освітній, історичний та візуально привабливий контент у форматі текстових публікацій та сторіс, оформлених у єдиному стилі.

– **Історичні нариси та цікаві факти:**

Серія дописів, що висвітлюють ключові моменти історії української культури, традиції, маловідомі факти та події, які формують культурну спадщину.

– **Огляди мистецьких напрямків та видатних постатей:**

Публікації про значущі культурні явища, творчість митців, мистецькі школи та впливові твори, що визначають українське мистецтво.

– **Основні рубрики «культура» та «мистецтво»:**

Контент розподілений на дві головні теми, що допомагає аудиторії системно орієнтуватися у культурних і мистецьких аспектах.

– **Унікальна стилістика текстових постів**

Пости виконані у стилі блокноту з авторським логотипом-орнаментом та написанням тексту з малої літери, що формує впізнаваний візуальний образ.

– **Інтерактивні Сторіс та Хайлайтс**

Рубрики «топ-5...» та «а чи знали ви» сприяють залученню аудиторії, підвищенню інтересу та глибшому засвоєнню інформації.

– **Поєднання класичних і сучасних тем**

Контент охоплює як традиційні культурні цінності, так і сучасні мистецькі тенденції, задовольняючи інтереси широкої аудиторії.

Стартовий допис на сторінці Інстаграм та ТікТок «KLEKIT CULTURE» виконує функцію знайомства з аудиторією, у ньому коротко викладено основну ідею та місію проекту – популяризацію багатства української культури та мистецтва в сучасному цифровому просторі. Текстове наповнення подане двома мовами, що розширює охоплення і робить контент доступним як для української, так і для міжнародної аудиторії.



Рисунок 7. Другий Інстаграм допис

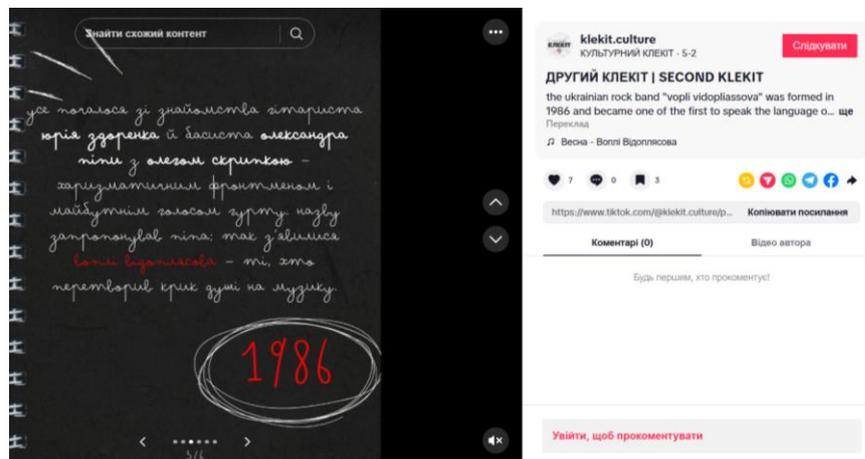


Рисунок 8. Другий ТікТок допис

Третім дописом стала історія про перший фільм українського кінематографа. Це зроблено для привернення уваги того, що Україна розвивалася на рівні світового масштабу, створюючи щось в першості, ніж інші країни світу. Усі креативи створено у форматі блокноту, продовжуючи створення у стилістиці медіапроектів. Текст є двомовним, для різноформатної аудиторії. Особливістю стало те, що текст оформлений мінімалістично та коротко, аби ознайомитися з інформацією як найшвидше, та отримати інформацію швидким доступом запам'ятовуючи її.

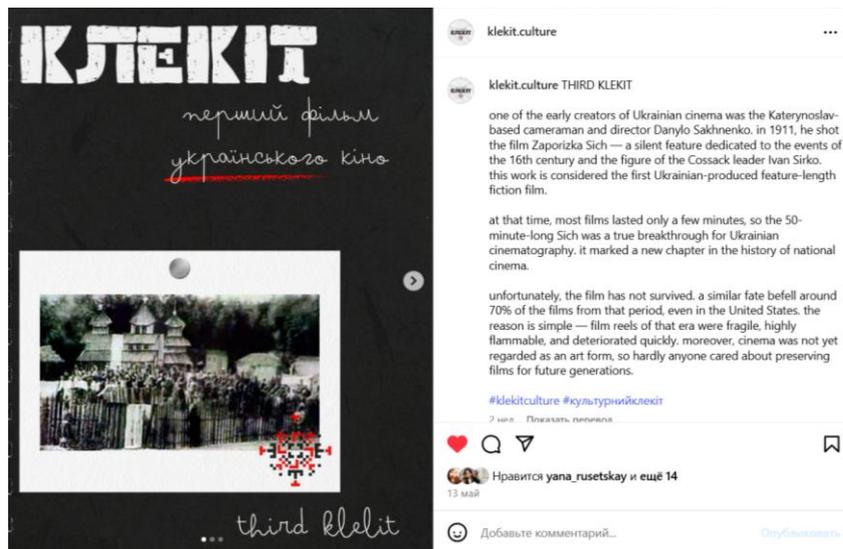


Рисунок 9. Третій допис в Інстаграм

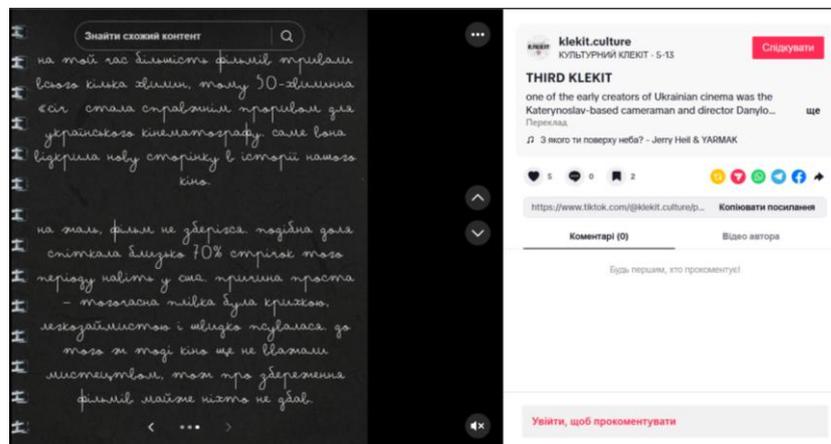


Рисунок 10. Третій допис в ТікТок

Усі інші дописи виконані у схожій стилістиці, з мінімальним використанням тексту, оформленням у стилістиці медіапроекту. Такий стиль зумовлений тим, аби під час зберігання, історичні факти та історії були оформлені у стилі блокноту – літопису.

2.4. Зображальний матеріал та особливості оформлення

Візуальна складова проєкту «KLEKIT CULTURE» є ключовим елементом, який не лише приваблює увагу аудиторії, а й підсилює ідентичність бренду. Основна кольорова палітра — це поєднання білого, чорного та насиченого червоного, що символічно відображає національні традиції та сучасність. Кожен креатив вирізняється унікальним логотипом-орнаментом, створеним із хрестиків у традиційних кольорах, який виконує функцію авторської позначки і слугує потужним інструментом впізнаваності.

Візуальний стиль базується на концепції блокноту – тексти виконані письмовим шрифтом, що створює атмосферу особистих нотаток або літопису, підкреслюючи освітній та просвітницький характер контенту. До кожної публікації додаються тематичні світлини, які доповнюють текстову інформацію та допомагають глибше зануритися у культурну тематику.

Для створення графічного матеріалу застосовуються сучасні інструменти, зокрема Canva та Pastel, що дозволяє поєднувати креативність із професійним рівнем оформлення. Всі пости дотримуються єдиної стилістичної послідовності, що забезпечує цілісність і гармонійність профілю.

Профіль оформлений англійською та українською мовами. хайлайтс (англ. – Highlights) оформлені у єдиному стилі з текстурними фонами та візуальними заголовками, що відображають логіку контенту та полегшують навігацію.

Для підвищення впізнаваності контенту активно використовуються брендovanі хештеги #klekitculture та #культурнийклекіт.

У сторіс переважають репости основних публікацій, доповнені тематичними рубриками, що підтримують зв'язок з аудиторією і стимулюють її до активності. Загалом, візуальна айдентика «KLEKIT CULTURE» є цілісним комунікативним інструментом, який формує впізнаваний образ проєкту і підкреслює його культурну та освітню місію.

2.5. Авторська ідея

Медіапроект «KLEKIT CULTURE» полягає у створенні доступного, пізнавального та візуально впізнаваного контенту, що висвітлює багатогранність української культури та мистецтва в сучасному цифровому медіапросторі. Проект спрямований на молодь, студентів, активних користувачів соціальних мереж, а також українську діаспору, яка прагне зберегти зв'язок з національною спадщиною. Основна мета — не лише інформувати, а й формувати глибше розуміння національної ідентичності через унікальні історії, факти і мистецькі огляди.

Ідея створення «KLEKIT CULTURE» народилася з особистого пошуку відповідей на запитання: як зберегти українську культурну ідентичність у часи глобалізації та інформаційної війни, і водночас зробити її доступною та цікавою для світової аудиторії. В основі проекту лежить переконання, що українська культура має звучати голосно, актуально й сучасно, і саме тому важливо транслювати її мовою візуалу, ритму та сенсу, зрозумілою молодому поколінню. Тому і була сформована місія не просто інформувати, а перекодувати сприйняття культури – зробити її не архівною, а живою, динамічною, модною.

«KLEKIT CULTURE» – це не лише медіаплатформа, а й особисте висловлювання, маніфест культурної присутності України в глобальному медіаполі. Кожен допис – це спроба говорити просто про складне, естетично про змістовне, актуально про вічне. Свідомо обрано стиль блокнота як візуальну метафору: у сучасному цифровому шумі та хаосі важливо створити простір, який виглядає особисто, камерно, але водночас публічно. Цей блокнот – це своєрідний «культурний щоденник», що заповнюється фактами, образами, символами, які формують спільну пам'ять.

Ідея також передбачає поєднання традиційної естетики з сучасними інструментами подачі. Саме тому контент подається двома мовами – українською та англійською, використовується трендова музика, актуальні теми та адаптований формат сторіс і рілзів. Авторка прагне створити не просто

сторінку, а живий простір культурного діалогу, де кожен може відчутися частиною спільного культурного коду, незалежно від того, де він перебуває – в Україні чи за її межами.

Ця авторська ідея ґрунтується на щирому бажанні нести знання, надихати і будувати міст між минулим та майбутнім через сучасний медіаінструментарій. У «KLEKIT CULTURE» культура – це дієслово, яке спонукає до дії: дізнатися, зберегти, переосмислити, поширити.

2.6. Особливості аудиторії

Аудиторія медіапроєкту «KLEKIT CULTURE» формується навколо молоді, що цікавиться українською культурою та мистецтвом у глобальному медіапросторі. Основу підписників складають студенти та активні користувачі соціальних мереж, які прагнуть дізнаватися більше про традиції, мистецтво та історію України.

Це користувачі, які потребують інформативного, але доступного контенту про українську культуру, що допомагає їм розширити знання про національну ідентичність та сучасні культурні тенденції.

Проєкт орієнтований на дві основні аудиторії – внутрішню українську молодь та студентів міжнародних вузів, а також представників української діаспори, що дозволяє охопити широку глобальну аудиторію, зацікавлену у збереженні та поширенні української культурної спадщини.

Сегменти аудиторії:

- Молодь віком 18-25 років: Студенти та молоді люди, які активно користуються соцмережами, прагнуть поглиблювати знання про культуру і мистецтво України та залучаються до культурних проєктів.
- Активні користувачі Інстаграм та ТікТок: Люди, які споживають культурний контент у форматах фото, відео та інтерактивних сторіс, шукають яскраві ідеї та натхнення.
- Українська діаспора та міжнародні студенти: Користувачі, які зберігають зв'язок з українською культурою за кордоном і шукають достовірну інформацію про сучасні культурні події та мистецькі тенденції.

Потреби аудиторії

Цільова аудиторія проєкту «KLEKIT CULTURE» виявляє чіткий запит на якісний, доступний і візуально привабливий контент, що висвітлює українську культуру у зрозумілому й сучасному форматі. Молоді користувачі прагнуть отримувати інформацію, яка не лише інформує, але й надихає – це контент із чіткими сенсами, глибоким контекстом і сильним емоційним візуалом. Публіка шукає неформальну альтернативу академічним джерелам:

короткі, але змістовні пояснення, історії, факти, які легко запам'ятати, зберегти, поширити.

Ще однією ключовою потребою є розуміння сучасних культурних процесів: аудиторія хоче бачити українське мистецтво не лише у традиційному, а й у модерному вимірі – дізнаватися про нові імена, тренди, культурні колаборації та події, що позиціонують Україну як активного учасника глобального мистецького дискурсу. Важливою є також двомовність контенту, адже це дозволяє одночасно охоплювати українську діаспору, іноземців і україномовних користувачів в Україні.

Окрім цього, сучасна аудиторія прагне залучення й участі, а не лише споживання. Вона хоче бути почутою: коментувати, дискутувати, ділитися власними поглядами та культурними асоціаціями. Тому використовуються інтерактивні формати – опитування, рубрики з питаннями, сторіс із залученням підписників, які сприяють формуванню відчуття спільності та участі у створенні культурного простору.

Особливості взаємодії

Взаємодія між проєктом «KLEKIT CULTURE» та його аудиторією відбувається на кількох рівнях – емоційному, інформаційному та соціальному. Насамперед, візуально сильний контент з чітким посилом викликає емоційну реакцію: користувачі активно виражають своє захоплення через лайки, емодзі та короткі позитивні коментарі, що формує теплу атмосферу довіри та підтримки. Естетика сторінки сприяє тому, що контент не просто переглядають, а хочуть зберегти чи поширити – він набуває функції візуального символу культурної приналежності.

На інформаційному рівні користувачі беруть участь у дискусіях, додають власні знання, ставлять питання або уточнення, діляться спогадами та асоціаціями. Такі взаємодії свідчать про те, що контент проєкту не просто передає інформацію, а стимулює мислення та культурний діалог. Особливо активною є реакція на публікації, що поєднують факти з візуальними або

музичними елементами – вони легко інтегруються в інформаційне поле підписників.

На соціальному рівні проєкт стає майданчиком для формування спільноти. Репости в сторіс, відгуки в коментарях, відзначення друзів під дописами – усе це створює ефект мережевого поширення, де кожен підписник виступає також співтворцем культурної хвилі. Взаємодія має характер не пасивного перегляду, а живої участі: користувачі відчувають, що проєкт «KLEKIT CULTURE» говорить з ними, ділиться з ними, і, що важливо, слухає їх. Така модель комунікації є основою довготривалого залучення й формування лояльної аудиторії. Популярністю користуються дописи, пов'язані з мистецтвом, традиціями та актуальними культурними подіями. Такий формат сприяє органічному просуванню та підвищенню впізнаваності бренду «KLEKIT CULTURE».

Таким чином, проєкт «KLEKIT CULTURE» не лише відповідає актуальним запитам аудиторії на змістовний та естетичний культурний контент, а й створює простір для взаємодії, залучення та спільного творення культурного дискурсу. Завдяки поєднанню інформативності, візуальної привабливості та відкритості до діалогу, платформа формує активну спільноту навколо української культури у глобальному цифровому середовищі.

РОЗДІЛ 3

ТЕХНІЧНІ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ

Технічний супровід реалізації медіапроєкту «KLEKIT CULTURE»

У сучасному цифровому середовищі соціальні мережі відіграють ключову роль у популяризації культури та мистецтва. Сторінка **@klekit.culture** [11] є яскравим прикладом медіапроєкту, спрямованого на просування української культури у глобальному медіапросторі через платформи Instagram та TikTok. Успішність сторінки визначається не лише естетикою публікацій, а й стратегічним підходом до контенту, аналізом поведінки аудиторії та швидкою адаптацією до сучасних трендів.

Українська культура має багатогранну спадщину, що потребує сучасних інструментів для ефективного представлення у цифровому просторі. Для реалізації цієї мети медіапроєкт «KLEKIT CULTURE» використовує провідні соціальні платформи Інстаграм та ТікТок, які є ключовими майданчиками для комунікації з молоддю, активною і міжнародною аудиторією. Технічний супровід проєкту передбачає комплексний підхід, що охоплює всі аспекти організації профілю, створення контенту та його просування.

Першим і важливим кроком стало створення бізнес-акаунту в Інстаграм. Ця функція дає можливість збирати детальні статистичні дані про охоплення публікацій, активність користувачів, темпи приросту підписників, рівень їх залученості та реакції на контент. Отримані аналітичні дані використовуються для системного аналізу ефективності контентної стратегії, що дозволяє коригувати формат і тематику публікацій для зацікавленості аудиторії.

1. **Назва акаунту.** Назва **klekit.culture** вдало поєднує лаконічність і тематичність, підкреслюючи культурну спрямованість проєкту. Слово «klekit» викликає асоціації з живим звуком, динамікою, що відповідає духу медіапроєкту, а «culture» чітко визначає тематику. Назва легко запам'ятовується та є впізнаваною як для української, так і для міжнародної аудиторії.

2. **Опис профілю.** Опис профілю виконує функцію першого контакту з аудиторією, чітко повідомляючи про ціль проєкту – популяризацію української культури. Використані емодзі додають візуальної легкості та емоційності, а лаконічність тексту забезпечує швидке сприйняття. В описі застосовано двомовний текст, що дає змогу залучати як українську, так і міжнародну аудиторію, забезпечуючи широку комунікацію та розповсюдження культурного контенту.

3. **Логотип (аватар).** Аватар проєкту представлений у вигляді унікального логотипу-орнаменту, виконаного у чорних та червоних кольорах, які мають глибоке символічне значення для національної ідентичності. Логотип розроблений у вигляді хрестиків, що підкреслює зв'язок із традиціями та підсилює впізнаваність бренду, навіть при невеликому розмірі іконки.

4. **Цільова аудиторія.** Цільова аудиторія проєкту – молода активна молодь віком 18-25 років, переважно студенти та користувачі соціальних мереж, що цікавляться українською культурою, мистецтвом та традиціями. Вона включає також представників української діаспори та студентів міжнародних університетів, що шукають якісний культурний контент для збереження ідентичності. Аудиторія активно взаємодіє з контентом — лайки, коментарі, репости, що свідчить про високий рівень залученості.

5. **Пошук тем для дописів.** Тематика публікацій розширює межі української культури, охоплюючи мистецькі проєкти, історичні факти, традиції та сучасні культурні події. Проєкт демонструє гнучкість, адаптуючись до актуальних культурних трендів і вподобань аудиторії, що підтримує інтерес і дозволяє залучати нових підписників.

6. **Розробка постів.** Візуальний стиль публікацій є унікальним, поєднуючи традиційні елементи з сучасним дизайном. Використання теплих тонів, елегантних шрифтів та якісних зображень формує естетично привабливу стрічку, яка відображає національну культурну ідентичність. Контент створюється за допомогою сучасних інструментів Canva та Pastel,

стилізований у вигляді блокнотних сторінок із письмовим шрифтом і тематичними фотографіями, що посилюють змістову складову кожного допису.

7. Розробка сторіс. Сторіс активно використовуються для повторного розміщення основного контенту та тематичних рубрик, таких як «топ-5» і «а чи знали ви». Це дозволяє підтримувати постійний зв'язок з аудиторією, підвищувати її залученість та стимулювати активну взаємодію з проектом. Візуальне оформлення гармонійно інтегрується із загальним стилем сторінки, що сприяє формуванню цілісного бренду.

8. Хайлайтс. Для полегшення навігації та структурування інформації в акаунті використовується розділ Хайлайтс, оформлений у єдиній стилістиці. Кожен розділ відповідає конкретній тематиці, а дизайн включає тематичні іконки та текстури, що створюють цілісний візуальний ряд і допомагають користувачам швидко знаходити потрібний контент.

9. Відеоконтент у TikTok. Відеоконтент у TikTok створюється із застосуванням популярних додатків для монтажу, які дозволяють додавати трендову музику, візуальні ефекти та текстові анотації. Це підсилює емоційну складову і робить контент більш привабливим для молодіжної аудиторії, що є основним цільовим сегментом проекту.

10. Контентна стратегія та просування. Контентна стратегія передбачає планування публікацій заздалегідь, особливо у періоди важливих культурних подій та свят. Такий підхід гарантує актуальність матеріалів і своєчасність їх появи, що сприяє підтриманню інтересу та довіри аудиторії. Постійний моніторинг трендів і реакцій підписників дозволяє гнучко адаптувати стратегію і ефективно розвивати проект. Просування реалізується переважно органічними методами, спрямованими на формування стабільної і зацікавленої спільноти, а не на швидке нарощування охоплень.

Перспективи розвитку проєкту «KLEKIT CULTURE» у контексті міжнародної журналістики

Медіапроєкт «KLEKIT CULTURE», що фокусується на популяризації української культури та мистецтва через платформи Інстаграм та ТікТок, має значний потенціал для подальшого розвитку у глобальному медіапросторі. У сучасних умовах міжнародна журналістика все більше інтегрується із цифровими медіа, що відкриває нові можливості для просування культурного контенту серед широкої аудиторії.

Основними перспективами розвитку «KLEKIT CULTURE» є:

– **Розширення мультимедійної присутності.** Вихід на нові платформи, такі як YouTube чи X, дозволить розширити формати подачі – від глибоких відеооглядів до текстових аналітик та подкастів. Це допоможе залучити різноманітні сегменти аудиторії та забезпечить кращу адаптацію контенту під специфіку кожного каналу.

– **Збагачення тематики.** Впровадження нових рубрик, наприклад, присвячених сучасним культурним ініціативам, культурній дипломатії чи діаспорі, дасть змогу ширше висвітлювати культурні процеси та охопити більше зацікавлених користувачів.

– **Залучення команди та експертів.** На перспективу передбачено залучення фахівців із журналістики, PR, культурології та цифрового маркетингу. Це підвищить якість контенту, допоможе розширити стратегічні можливості і забезпечить систематичну роботу над розвитком платформи.

– **Партнерства та колаборації.** Співпраця з культурними інституціями, медіа, освітніми проєктами та митцями сприятиме підвищенню довіри до ресурсу і відкриє нові канали комунікації з міжнародною спільнотою.

– **Активна участь у міжнародних культурних і журналістських заходах.** Участь у конференціях, форумах та виставках дозволить збільшити впізнаваність бренду, налагодити корисні контакти і підвищити статус проєкту в медіа-середовищі.

– **Розробка моделі фінансування.** Для забезпечення сталості та розвитку необхідно впровадити системи монетизації, такі як донати, краудфандинг, створення освітніх продуктів, консультації або спонсорські колаборації. Це дозволить підтримувати якість контенту і збільшувати ресурси для подальших ініціатив.

Водночас, розвиток проєкту супроводжується певними викликами:

– **Збереження унікальності і якості контенту** в умовах збільшення конкуренції у культурному діджитал-просторі.

– **Адаптація до швидких змін алгоритмів соціальних мереж** та переваг аудиторії, що вимагає гнучкості і постійного моніторингу трендів.

– **Обмежені ресурси на початкових етапах** можуть впливати на масштаб і темпи розвитку, що вимагає ефективного планування і розподілу зусиль.

– **Мовна різноманітність аудиторії** ставить завдання щодо якісної локалізації контенту для різних культурних груп без втрати основного меседжу.

Таким чином, «KLEKIT CULTURE» має всі необхідні ресурси для стійкого розвитку як сучасної платформи у сфері міжнародної цифрової журналістики культури. Реалізація комплексної стратегії розширення, партнерств і фінансової стабілізації забезпечить ефективне просування української культури на світовій арені.

ВИСНОВКИ

У межах бакалаврського дослідження було реалізовано авторський медіапроект «KLEKIT CULTURE», спрямований на популяризацію української культури та мистецтва у світовому цифровому медіапросторі через соціальні мережі Інстаграм та ТікТок. Головною метою проекту стало створення доступного та привабливого двомовного контенту, що розкриває багатство національної спадщини та сприяє формуванню позитивного іміджу України на міжнародній арені.

У процесі дослідження було проаналізовано теоретичні основи сучасної цифрової культури та особливості створення авторського контенту в умовах цифровізації. Також було розкрито ключові поняття, що лягли в основу дослідження, зокрема терміни «культура», «мистецтво», «цифровий медіапростір», «глобальний медіапростір», «авторський контент» тощо, що дозволило сформуванню чіткої теоретичної бази для аналізу явищ сучасної культури в соціальних мережах. Зроблено акцент на ролі соціальних мереж як ключових інструментів поширення культурної інформації серед молоді та активної аудиторії.

Зібрані емпіричні дані, отримані в результаті онлайн-опитування цільової аудиторії, підтвердили зацікавленість молоді у якісному, змістовному та візуально привабливому контенті про українське мистецтво та традиції. Результати опитування також дозволили з'ясувати потреби користувачів, їхній віковий та соціальний профіль, а також вподобання щодо формату і тематики культурного контенту, що стало основою для стратегічного планування авторського проекту.

Авторський проект «KLEKIT CULTURE» вирізняється унікальною візуальною стилістикою у вигляді блокнотних нотаток, що поєднує традиційні елементи із сучасним дизайном, а також двомовністю, яка розширює охоплення аудиторії. Контент структуровано за тематичними рубриками, що охоплюють історичні факти, мистецькі огляди та культурні традиції, а також інтерактивні формати, що активізують залучення користувачів. Такий підхід

сприяє ефективному засвоєнню інформації та формує сталий інтерес до тематики.

Технічне забезпечення проєкту включає використання сучасних інструментів для створення, оформлення і моніторингу контенту, що дозволяє адаптувати стратегію просування відповідно до потреб і реакцій аудиторії. Високий рівень взаємодії підписників свідчить про успішність обраної контентної політики та релевантність тематики.

Перспективи розвитку «KLEKIT CULTURE» у міжнародному медіапросторі полягають у розширенні мультимедійної присутності, залученні експертної команди, партнерстві з культурними та освітніми інституціями, а також у створенні стабільної моделі фінансування. Це забезпечить стійкий розвиток проєкту як важливого елемента культурної дипломатії та цифрової журналістики України.

Таким чином, у межах практичної частини дослідження було повністю реалізовано авторський двомовний медіапроєкт, адаптований під функціональні особливості ТікТоку та Інстаграму, що підтвердило їхню ефективність як каналів для просування української культурної тематики.

Отже, дослідження підтверджує ефективність комплексного підходу до створення авторського культурного контенту в соціальних мережах. Результати роботи можуть бути корисними для подальших наукових досліджень, а також для практичного застосування у сфері міжнародної журналістики, медіапродюсування, культурної дипломатії та цифрового маркетингу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Art / Merriam Webster Dictionary. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/art> (дата звернення: 06.04.2025).
2. Baigozhina, D. O., Ibrayeva, E. E., Duisengazy, S. M., Takhan, S. S., & Zhanysbayeva, A. P. . Modern Trends in Mediatisation of Culture in a Digital Society. International Journal of Criminology and Sociology, 2022, 9, p. 3187-3197. URL: <https://lifescienceglobal.com/pms/index.php/ijcs/article/view/7997> (дата звернення: 27.04.2025).
3. Bansal S., Ahuja V., Chaturvedi V., Jain V. Multidisciplinary Perspectives Towards Building a Digitally Competent Society. Chapter 12. 2022. URL: <https://www.igi-global.com/dictionary/media-mediation-on-academic-advancement-for-youths-international-mobility-pursuing-higher-education/83637> (дата звернення: 16.03.2025).
4. Barnhart B. 28 TikTok statistics marketers need to know in 2025 / Sprout Social. 2025. URL: <https://sproutsocial.com/insights/tiktok-stats/> (дата звернення: 02.04.2025).
5. Culture / Merriam Webster Dictionary. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/culture> (дата звернення: 06.04.2025).
6. Dayanti Is, Apriyani H., and Usman O. Influence of Promotion Through Social Media Instagram, Brand Awareness, Brand Equity, Brand Loyalty to Purchasing Decisions (December 27, 2018). URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3310670 (дата звернення: 01.05.2025).
7. Emily A. Vogels E.A., Gelles-Watnick R. Teens and social media: Key findings from Pew Research Center surveys / Pew Research Center. 2023. URL: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2023/04/24/teens-and-social-media-key-findings-from-pew-research-center-surveys/> (дата звернення: 20.04.2025).
8. Flogie A., Repnik R. Meaning Of Digitalization. 2008. URL: <https://archive.ceciis.foi.hr/app/index.php/ceciis/2008/paper/download/162/162-337-1-PB.pdf> (дата звернення: 29.04.2025).

9. Global Media Decisions / College Hive. URL: https://collegehive.in/docs/4th_sem/site/IM/Unit-6%20Global%20Marketing%20Communications%20Decisions/6.b%20Global%20Media%20Decisions.html (дата звернення: 25.03.2025).
10. Kachanivska A. Social Media and Diasporic Digital Communion: The Ukrainian Experience / International Council for Media Literacy. 2025. URL: <https://ic4ml.org/journal-article/social-media-and-diasporic-digital-communion-the-ukrainian-experience/> (дата звернення: 10.04.2025).
11. Klekit Culture / Instagram. URL: <https://www.instagram.com/klekit.culture/> (дата звернення: 29.05.2025).
12. Kysliuk K. Features of Ukrainian Identity Representation in “TikTok” Social Media. Culture of Ukraine. 2021. p. 41-47. URL: https://www.researchgate.net/publication/355023805_Features_of_Ukrainian_Identity_Representation_in_TikTok_Social_Media (дата звернення: 03.04.2025).
13. Martynenko N. M. History of Ukrainian Culture: textbook for foreign students / N. Martynenko. – Kharkiv : KNMU, 2015. – 100 p. URL: <https://repo.knmu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/9b2b2be6-8def-4c2b-a07f-26ee81a9b68a/content> (дата звернення: 11.05.2025).
14. Miller V. Understanding Digital Culture (2nd edition). 2020. URL: https://www.researchgate.net/publication/383871437_Understanding_Digital_Culture_2nd_edition (дата звернення: 17.03.2025).
15. Nakatsu R., Tosa N., Rauterberg M., Xuan W. Entertainment, Culture, and Media Art. 2015. URL: https://www.researchgate.net/publication/304195312_Entertainment_Culture_and_Media_Art (дата звернення: 27.03.2025).
16. Sara A. Bly, Steve R. Harrison, and Susan Irwin. Media spaces: bringing people together in a video, audio, and computing environment. Commun. ACM 36, 1 (Jan. 1993), 28–46. URL: <https://doi.org/10.1145/151233.151235> (дата звернення: 17.04.2025).

17. Widjaya R. What we know about TikTok content creators / Pew Research Center. 2025. URL: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2025/02/18/what-we-know-about-tiktok-content-creators/> (дата звернення: 12.04.2025).
18. Воплі Відоплясова – Танці / YouTube. 2015. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=xXhHRswp0GU> (дата звернення: 12.04.2025).
19. Кирєєва В. 16 листопада в історії Києва: перша українська радіостанція та дні народження відомих киян/ ТиКиїв. 2023. URL: <https://tykyiv.com/news/16-listopada-v-istoriyi-kiieva-persha-ukrayinska-radiostantsiia-ta-dni-narodzhennia-vidomikh-kiian/> (дата звернення: 28.04.2025).
20. Клекіт / Словник української мови. URL: <https://sum11.com.ua/klekit/> (дата звернення: 10.04.2025).
21. Короленко Т. «Запорізька січ»: історія та уривки першого українського фільму / Дивись INFO. 2023. URL: <https://dyvys.info/2023/02/18/zaporizka-sich-istoriya-ta-uryvky-pershogo-ukrayinskogo-filmu/> (дата звернення: 18.04.2025).
22. Кулдушова Д. 10 традиційних українських прикрас XIX-XX століть, які знову на піку популярності / VIOLITY. 2023. URL: <https://violity.com/ua/publication/3088-10-tradicijnih-ukrayinskih-prikras-xix-xx-stolit-yaki-znovu-na-piku-populyarnosti.html> (дата звернення: 16.04.2025).
23. Марія Примаченко – життєвий шлях / UKRCY. 2025. URL: <https://ukrcy.news/2025/02/28/mariya-prymachenko-zhyttyevyj-shlyah/> (дата звернення: 10.05.2025).
24. Онлайн конструктор українського орнаменту. 2015. URL: <https://ornament.name/creator> (дата звернення: 12.05.2025).
25. Побочій Є. Українські народні музичні інструменти, про які ви могли не знати/ СЛУХ. 2022. URL: <https://slukh.media/texts/ukrainian-folk-instruments/> (дата звернення: 22.03.2025).

26. Семенюк Ю. Як виглядав перший музичний кліп в українському шоубізнесі та хто його створив / 24 канал. 2025. URL: https://24tv.ua/trends24/tantsi-pershiy-muzichniy-klip-ukrayinskogo-shoubiznesu-yak-yogo_n2750903 (дата звернення: 15.04.2025).

27. Силянка: історія, символіка та сучасна краса української прикраси / KORALI. 2025. URL: <https://korali.in.ua/sylianky-istoriia-symvolika-ta-suchasna-krasa-ukrainskoi-prykrasy/> (дата звернення: 02.05.2025).

28. Сошинська, Я. Є. Глобальний медіапростір: статистика і тренди / Сошинська Ярослава Євгенівна // VIII Львівський міжнародний бібліотечний форум «Бібліотек@: від ідеальної до ефективної»: збірник матеріалів. – Київ, 2017. – С. 21–25. – ISBN 978-966-97569-9-2. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/43704> (дата звернення: 18.04.2025).

29. Толокольнікова К. В ефірі Українське радіо. 90 років / Детектор Медіа. 2014. URL: <https://detector.media/infospace/article/100418/2014-11-16-v-efiri-ukrainske-radio-90-rokiv/> (дата звернення: 11.04.2025).

30. Традиційні українські народні музичні інструменти / DRYMBADADZYGA. 2019. URL: <https://drymbadadzyga.com.ua/%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%B4%D0%B8%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D1%96-%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D1%96-%D0%BD%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D1%96-%D0%BC%D1%83%D0%B7%D0%B8%D1%87/> (дата звернення: 12.03.2025).

31. Традиційні українські орнаменти: символіка, історія та значення / Dubhumans. 2024. URL: <https://dubhumans.com/tradytsiini-ukrainski-ornamenty-symvolika-istoriia-ta-znachennia/> (дата звернення: 10.05.2025).

32. Українська вишиванка: історія, символіка та її особливості / Folkmart. 2024. URL: <https://folkmart.ua/blog-ukrainska-vyshyvanka-istoriia-symvolika-ta-yii-osoblyvosti> (дата звернення: 13.05.2025).

33. Українські традиції та звичаї: як українці зберігали національну ідентичність / 1+1. 2024. URL: <https://1plus1.ua/novyny/ukrainski-tradicii-ta-zvica-i-ak-ukrainci-zberigali-nacionalnu-identichnist> (дата звернення: 15.04.2025).

34. Українські традиції: сила духу, що живе крізь століття / Culgeographies. 2025. URL: <https://culturalgeographies.org.ua/culture-ukrayinski-tradicii/> (дата звернення: 18.05.2025).

35. Шулікіна М. Що потрібно знати про художницю Марію Примаченко / VOGUE UA. 2023. <https://vogue.ua/article/culture/art/chto-nuzhno-znat-o-marii-primachenko-32145.html> (дата звернення: 14.04.2025).

ДОКУМЕНТАЦІЯ

Тексти авторських публікацій в інстаграм-медіа (вибрані 9 публікацій):

FIRST KLEKIT

it's simple: we love culture.

the kind of culture that is born not only in museums, but also in kitchens, on buses, on stage, in recording studios, in the dark of the cinema, and in the light of the spotlight.

this page was created first and foremost for us, because we want to talk about ukrainian art – not as something distant and frozen, but as something that lives next to us. something that grabs you, hurts, delights, inspires.

we'll tell you about ukrainian films – the ones you watch twice because you didn't catch everything the first time. about directors who are searching for a new language, and actors who don't just act, but live their roles.

about singers who know how to tell the truth in three minutes of music. about songs that don't just play in your headphones, but stay with you.

about artists and paintings that don't just decorate walls, but hold a conversation. about colors that change your mood. about lines that carry meaning.

about theater – a space where every step is thought through, and every line sounds like it's the first time. about actors who bring something more to the stage than just a role.

this is not a blog, not a textbook, not a glossy magazine.

this is "KLEKIT CULTURE" – when art speaks out loud.

for those who aren't afraid to listen.

[#klekitculture](#) [#культурнийклекіт](#)

SECOND KLEKIT

the ukrainian rock band «vopli vidopliassova» was formed in 1986 and became one of the first to speak the language of rock in ukrainian. they laid the foundation for ethno-rock and wild, unrestrained performances that reached far beyond ukraine.

it all started when guitarist yurii zdorenko and bassist oleksandr pipa met oleh skrypka – a charismatic frontman who became the voice of the band. the name was suggested by pipa – and so were born vopli vidopliassova, the ones who turned the cry of the soul into music.

the first ukrainian music video appeared in 1989 – it was a clip for the song “tantsi” by vopli vidopliassova, a band still unknown to the wider public at the time. skrypka later admitted he didn’t believe in the song’s potential, but after the first concerts it became clear: it was a hit. eventually, it turned into a kind of anthem for vv.

after one of their shows, the band was approached by the ut-1 television channel with an offer to make a music video. without hesitation, they chose “tantsi.” the video was filmed at the “kyivnaukfilm” studio, and became the first full-fledged music video ever broadcast on ukrainian tv.

the entire shoot was done on a shoestring budget – the only prop used was a banner with the word “tantsi,” held by two band members.

[#klekitculture](#) [#культурнийклекіт](#)

THIRD KLEKIT

one of the early creators of Ukrainian cinema was the Katerynoslav-based cameraman and director Danylo Sakhnenko. in 1911, he shot the film Zaporizka Sich – a silent feature dedicated to the events of the 16th century and the figure of the Cossack leader Ivan Sirko. this work is considered the first Ukrainian-produced feature-length fiction film.

at that time, most films lasted only a few minutes, so the 50-minute-long Sich was a true breakthrough for Ukrainian cinematography. it marked a new chapter in the history of national cinema.

unfortunately, the film has not survived. a similar fate befell around 70% of the films from that period, even in the United States. the reason is simple – film reels of that era were fragile, highly flammable, and deteriorated quickly. moreover, cinema was not yet regarded as an art form, so hardly anyone cared about preserving films for future generations.

[#klekitculture](#) [#культурнийклекіт](#)

FOURTH KLEKIT

ukrainian culture is rich in customs that connect people with nature, religion, and the community. folk rituals accompanied Ukrainians throughout the year, with each season having its own traditions passed down from generation to generation.

during the autumn-winter period, the Christmas cycle was especially festive. on Christmas Eve, homes were decorated with a didukh, and the table was set with 12 traditional meatless dishes. on Christmas Day, children and youth went caroling with stars, bells, and bags for gifts. the Vertep, a nativity play, was also a part of

the celebration. on Malanka (the eve of the New Year), young people sang shchedrivky, led a symbolic “goat”, and dressed up in various roles. on New Year’s morning, only men performed the sowing ritual – singing ceremonial songs and scattering grain to wish prosperity. on Epiphany, water was blessed and people would dive into icy water to cleanse their bodies and souls. Masnytsia marked the farewell to winter – for a week, pancakes were cooked and shared, and on the final day people asked forgiveness from one another.

the spring-summer cycle held equally vivid traditions. on Palm Sunday, pussy willow branches were placed behind icons or planted in gardens for protection and blessing. for Easter, people fasted, decorated pysanky, baked pasky, and blessed baskets of food in church. on Ivana Kupala night, magical rituals took place: wreaths were woven, bonfires jumped over, circle dances held, and people searched for the mythical blooming fern. on the Honey Feast (First Savior), churches blessed water and bouquets of wheat, wildflowers, and poppy heads. on the Apple Feast (Second Savior), people brought apples, vegetables, honey, and flowers to church – none of these were eaten before the holiday.

these rituals not only preserve the spirit of ancient times, but also help us today to feel a deep connection with our land, our ancestry, and the traditions that shape national identity. even in the modern world, Ukrainian customs continue to live on – in family celebrations, shared memories, songs, and prayers.

[#klekitculture](#) [#культурнийклекіт](#)

FIFTH KLEKIT

Ukrainian ornament is not just beautiful patterns; it is a symbol that carries deep meaning and a connection to the nature and history of our people. each motif, each color has its own significance and reflects the beliefs, dreams, observations, and

life of Ukrainians.

traditionally, ornamentation was used to decorate embroidery, towels, carpets, pottery, and other household items. its elements often contain symbols of fertility, prosperity, protection from evil, as well as representing natural cycles – from images of flowers and trees to geometric shapes symbolizing balance and harmony.

embroidery, as a form of Ukrainian ornament, is a true work of art passed down from generation to generation. each region has its own unique patterns, so each embroidered item can tell the story of its time and place.

contemporary artists and designers often turn to these motifs, reinterpreting them in new forms – from fashion collections to modern art. the ornament remains an important part of national identity, reminding us of the deep roots and cultural heritage of the Ukrainian people.

[#klekitculture](#) [#культурнийклекіт](#)

SIXTH KLEKIT

ukrainian traditional jewelry holds not only aesthetic value but also deep symbolic meaning. they often served not only for decoration but also for protection from evil and misfortune. among the most common traditional ornaments, one can highlight necklaces, which symbolize protection, abundance, and well-being.

necklaces are one of the most well-known traditional ornaments. in ancient times, each element of the necklace had its own significance: red coral or beads, for example, symbolized protection from illness and evil, as well as bringing good luck. especially valued were intricate ornaments with different clasps depicting

various natural elements – plants, animals, or the sun.

selyanky – traditional ornaments that were important elements of ukrainian costumes, especially in the villages. these are short necklaces typically worn by young girls, often made from beads, leather, or metal. selyanky were distinguished by bright colors and symbolic elements, such as flowers, circles, or geometric patterns, which were believed to protect from evil. they were also used to express belonging to a particular community or family.

rings and wedding bands – important accessories often used in ritual purposes. wedding rings often featured engravings that were meant to protect the couple from misfortune in their married life. rings were usually worn as family heirlooms passed down from generation to generation, and they were often made of copper, silver, or even gold.

today, these traditional ornaments have become part of modern designer collections, blending ancient symbols with new fashion trends. they continue to be symbols of national identity, preserving deep cultural significance.

[#klekitculture](#) [#культурнийклекіт](#)

SEVENTH KLEKIT

ukrainian radio began its work on November 16, 1924, in Kharkiv and became one of the first broadcasters in Europe. in the 1920s, radio stations started appearing in many countries around the world, including England, the Czech Republic, Italy, France, and Germany.

at that time, in the building of the current Kharkiv Regional Philharmonic (once the Kharkiv Opera), two rooms were allocated: one for the so-called “announcer’s

room,” where the microphone was placed, though there were no announcers yet, and the other for the equipment room, where technicians worked. it was from this building that the first broadcast of Ukrainian radio went out.

the first transmitter was located on the tower of the Assumption Cathedral. at first, it was difficult to achieve normal sound quality, and the technicians tried various experiments, such as using firewood and empty pots. however, the real breakthrough came when a cavalry commander suggested using horsehair to wrap around the horses’ hooves to muffle the sound. this material was used to line the studio walls, and the radio started working more or less.

on November 16, at 7:00 PM, the first transmission was heard: “hello, hello, hello. to all, to all, to all. this is Kharkiv, the first Ukrainian radio station.” this day is considered the beginning of Ukrainian radio broadcasting, although regular broadcasts began in 1925.

[#klekitculture](#) [#культурнийклекіт](#)

EIGHTH KLEKIT

Maria Primachenko was born in the village of Bolotnya, Kyiv region. due to polio in childhood, she used crutches for the rest of her life. she began her artistic journey at the age of 17, painting her house. her first commission was rewarded with a pig, which helped her family survive during the famine.

Maria received her artistic education at the School of Folk Crafts. her works were marked by folkloric and fantastic motifs, particularly depictions of animals. among her most famous paintings are “Blue Lion,” “Red Berries,” and “Bull on a Walk.”

in 1936, Primachenko earned a first-degree diploma at the All-Ukrainian

Exhibition, and her works were showcased in exhibitions in Moscow, Paris, and Warsaw. after losing her beloved at the front, she went through difficult years but returned to her creative work in the late 1940s, also engaging in embroidery and sewing.

her works stand out with bright colors and imagination, combining childlike naivety with deep folkloric motifs. Maria created her own school of decorative painting, and her artistry is still highly valued in Ukrainian art today.

[#klekitculture](#) [#культурнийклекіт](#)

NINTH KLEKIT

traditional ukrainian musical instruments are a key part of cultural heritage. they were used in folk music, ritual songs, and festivals.

bandura is one of the most famous instruments, combining string and plucked features. it was the main instrument of kobzars and lirnyks, reflecting the ukrainian soul.

trembita is a large wooden wind instrument used in the carpathians for long-distance communication. its sound could be heard from several kilometers away, and it remains a symbol of carpathian culture.

tsymbaly are a stringed instrument, similar to a piano, played with mallets. their bright, ringing sound adds energy to ukrainian music.

kobza is an ancient instrument that predates the bandura. it has a dull, resonating sound and was used for accompanying folk songs.

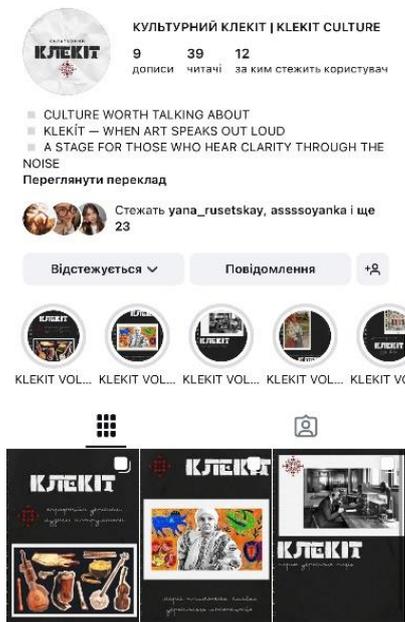
lyra is a stringed-plucked instrument used by kobzars to tell stories of folk heroes.
its unique sound adds depth to ukrainian folklore.

these instruments are part of ukrainian identity, preserving traditions while
inspiring modern musicians.

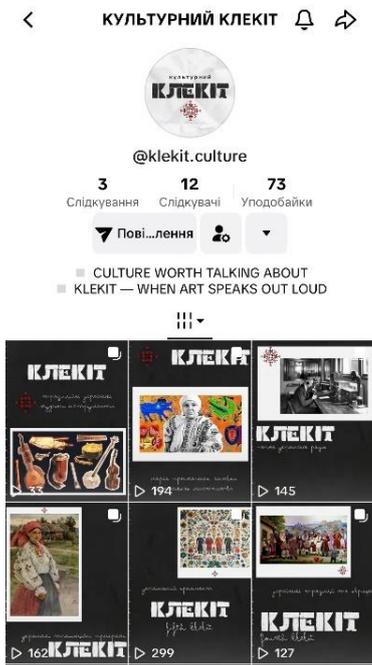
[#kleitculture](#) [#культурнийклекіт](#)

ДОДАТКИ

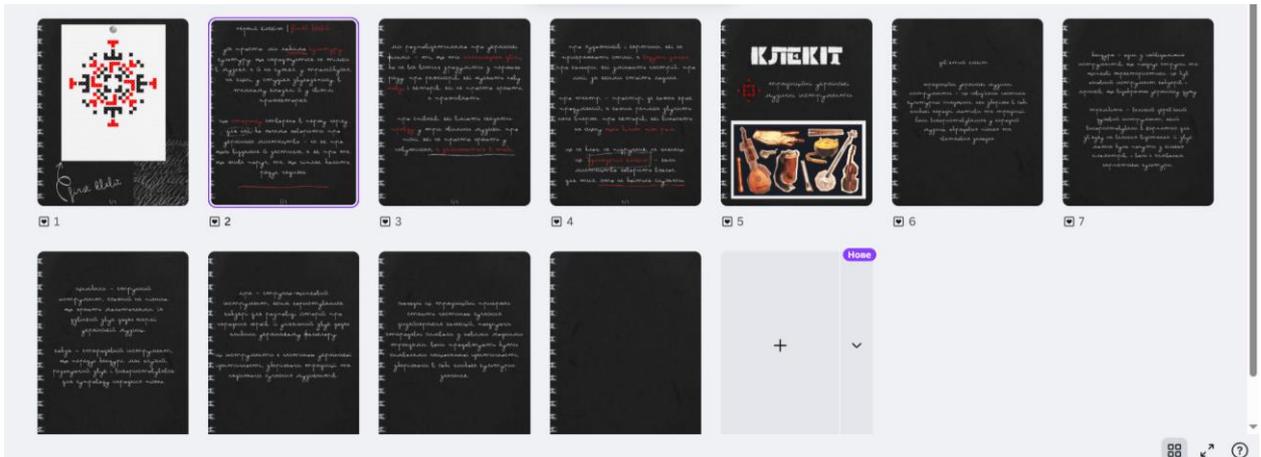
Додаток А. Сторінка в Інстаграм



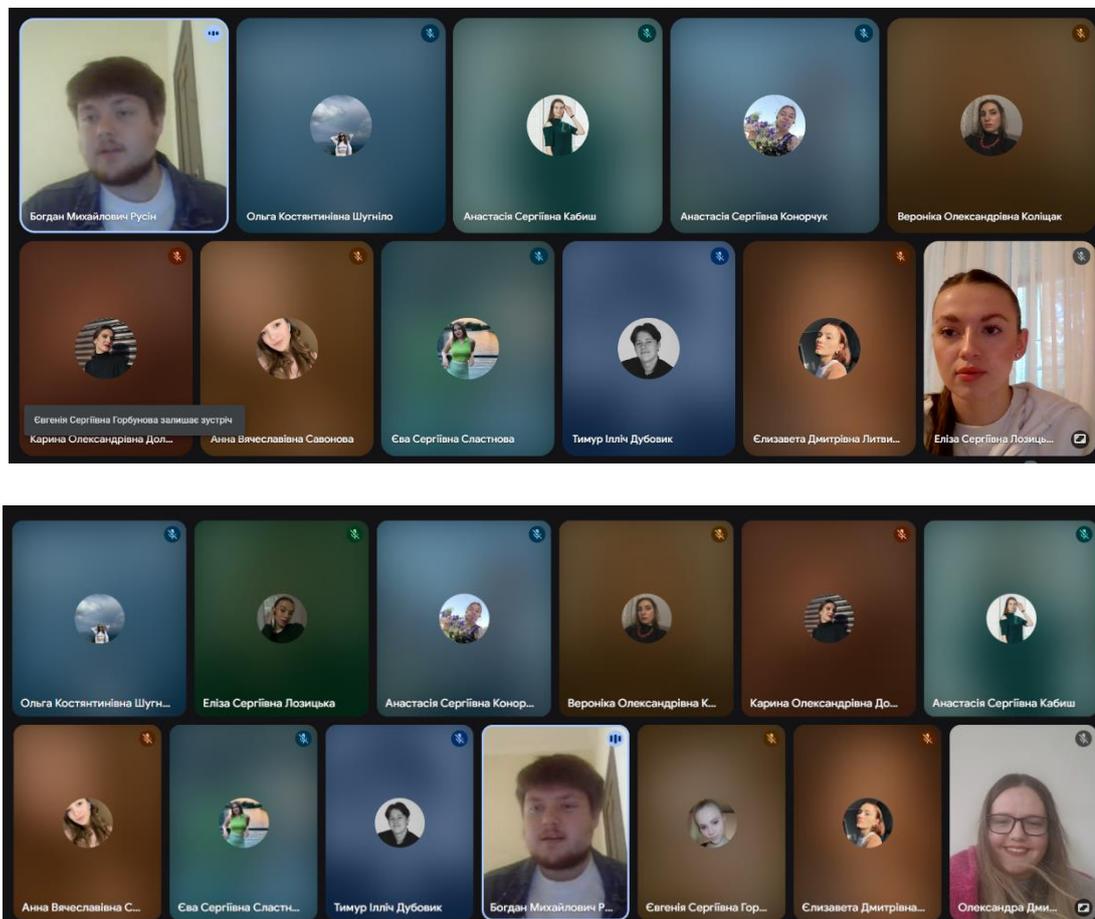
Додаток Б. Сторінка в ТікТок



Додаток В. Формат дизайну постів для соцмереж (у вигляді блокноту)



Додаток Г. Підтвердження апробації бакалаврської роботи



АНОТАЦІЯ

Русін Б.М. Українська культура та мистецтво у світовому медіапросторі: створення авторського контенту та просування через соціальні мережі «ТікТок» та «Інстаграм»

Ключові слова: українська культура, авторський контент, соціальні мережі, Інстаграм, ТікТок.

Актуальність дослідження зумовлена зростаючою роллю цифрових медіа у формуванні культурної ідентичності та поширенні національної спадщини в глобальному інформаційному просторі. У межах бакалаврської роботи досліджено процеси створення, структурування та просування авторського культурного контенту на прикладі медіапроєкту «KLEKIT CULTURE», що функціонує у соціальних мережах Instagram та TikTok.

У роботі розглянуто теоретичні засади функціонування глобального медіапростору, цифрової культури, мистецтва та особливостей формування аудиторії у соціальних мережах. Проведено системний аналіз цільової аудиторії, її потреб, інтересів та поведінкових характеристик, що слугували основою для розробки ефективної контентної стратегії та візуальної айдентики проєкту.

Методологічну базу дослідження становлять методи контент-аналізу, опитування користувачів, моніторингу статистичних даних та експертної оцінки. Реалізований медіапроєкт є двомовним (українською та англійською), що розширює його географічне охоплення і сприяє популяризації української культури серед міжнародної спільноти.

Проєкт вирізняється унікальною візуальною стилістикою, що поєднує традиційні національні елементи із сучасними дизайнерськими рішеннями, а також тематичною різноманітністю, що охоплює історію, мистецтво, традиції та сучасні культурні тенденції. Акцент зроблено на інтерактивних форматах і форматах, адаптованих до особливостей платформи, що забезпечує високий рівень залучення аудиторії.

Практична цінність роботи полягає у створенні прикладу успішного авторського культурного медіапроєкту, який поєднує освітню місію з використанням сучасних маркетингових інструментів. Результати дослідження можуть бути використані у сфері культурної дипломатії, цифрового маркетингу, а також слугувати базою для подальших наукових досліджень у галузі нових медіа та міжнародної цифрової журналістики.

Таким чином, бакалаврська робота робить внесок у розуміння ролі цифрових медіа у формуванні культурного дискурсу та демонструє ефективність комплексного підходу до створення і просування авторського контенту у сучасному цифровому середовищі.

Rusin B. Ukrainian Culture and Art in the Global Media Space: Creation of Author's Content and Promotion through Social Networks "TikTok" and "Instagram"

Keywords: Ukrainian culture, author's content, social media, Instagram, TikTok.

The relevance of the research stems from the growing role of digital media in shaping cultural identity and disseminating national heritage in the global information space. This bachelor's thesis explores the processes of creating, structuring, and promoting original cultural content through the case study of the media project KLEKIT CULTURE, implemented on social media platforms Instagram and TikTok.

The research examines the theoretical foundations of the global media space, digital culture, contemporary art, and the specific features of audience formation in social networks. A systematic analysis of the target audience was conducted, including its needs, interests, and behavioral characteristics, which informed the development of an effective content strategy and visual identity for the project.

The methodological framework of the research includes content analysis, user surveys, statistical data monitoring, and expert evaluation. The implemented media

project is bilingual (Ukrainian and English), which broadens its geographic reach and promotes Ukrainian culture within the international community.

The project is distinguished by its unique visual style, combining traditional national elements with contemporary design solutions, and by its thematic diversity, covering history, art, traditions, and modern cultural trends. Emphasis is placed on interactive formats and platform-specific adaptations, ensuring a high level of audience engagement.

The practical value of the thesis lies in the creation of a successful example of an authorial cultural media project that combines an educational mission with the use of modern marketing tools. The research findings can be applied in the fields of cultural diplomacy, digital marketing, and can serve as a basis for further academic research in new media and international digital journalism.

Thus, this bachelor's thesis contributes to the understanding of the role of digital media in shaping cultural discourse and demonstrates the effectiveness of a comprehensive approach to the creation and promotion of authorial content in today's digital environment.