

# ЗМІСТ

## Вступ

### Розділ I. Теоретичні засади використання соціальних медіа для популяризації літератури

- 1.1. Сучасна українська література: тенденції, проблеми, перспективи
- 1.2. Соціальні медіа як платформа культурної комунікації
- 1.3. Instagram як медіаплатформа для просування книжкового контенту
- 1.4. Успішні приклади літературних проєктів в Instagram

### Розділ II. Специфікація авторського інформаційного проєкту

- 2.1. Обґрунтування ідеї проєкту
- 2.2. Структура інстаграм-сторінки
- 2.3. Жанрова палітра публікацій
- 2.4. Візуальне оформлення контенту
- 2.5. Авторська концепція і стиль
- 2.6. Цільова аудиторія та способи її залучення

### Розділ III. Технічні та програмні засоби реалізації проєкту

- 3.1. Інструменти для створення контенту
- 3.2. Методи просування в Instagram
- 3.3. Аналітика: моніторинг статистики та залученості

## Висновки

## Список використаних джерел

Додатки (у Додатки може входити: скріни, план контенту, приклади дописів)

На перетині журналістики, соціальних медіа та культури формується новий простір для взаємодії між автором і аудиторією, у якому змінюються не лише форми комунікації, але й самі ролі учасників інформаційного процесу. У цьому просторі журналіст, блогер або медійник набуває не лише ролі передавача інформації, як це було у традиційних ЗМІ, а й виступає у якості куратора змістів, творця смислів, фасилітатора культурних і соціальних дискусій. Така трансформація обумовлена глобальними процесами цифровізації, децентралізації медіавиробництва та зростанням ролі особистих брендів.

Особливе місце в цьому контексті посідає література як одна з ключових форм культурної ідентичності нації. Вона не тільки відображає внутрішні процеси суспільства, а й бере участь у формуванні колективної пам'яті, утвердженні національної мови, трансляції моральних і естетичних цінностей. У часи воєнних, політичних і соціальних трансформацій література набуває додаткової ваги — вона стає інструментом опору, способом осмислення дійсності та конструювання майбутнього.

Втім, попри значний культурний потенціал, українська література сьогодні стикається з проблемою обмеженого охоплення аудиторії, особливо молодіжної. Традиційні форми її просування — друківані рецензії, літературні вечори, бібліотечні заходи — втрачають ефективність в умовах швидкої зміни медіаспоживання. Молодь переважно орієнтується на цифровий контент: короткий, візуально привабливий, інтерактивний і доступний з мобільного пристрою.

У цьому контексті соціальні мережі, зокрема Instagram, відіграють дедалі важливішу роль. Ця платформа поєднує в собі потужні можливості для візуальної комунікації, сторітелінгу, репрезентації особистого бренду та створення спільноти навколо певного культурного інтересу. Instagram дозволяє не просто інформувати, а формувати емоційний зв'язок між літературним текстом і читачем, між автором і підписником. Завдяки

алгоритмам взаємодії та можливостям таргетингу платформа забезпечує гнучке налаштування комунікації, що особливо цінно для нішевого контенту, такого як сучасна українська література.

**Актуальність вибору теми.** У сучасному інформаційному суспільстві роль цифрових медіа в культурній комунікації стрімко зростає. Соціальні мережі стали не лише простором для розваг, а й потужною платформою для інтелектуального та культурного впливу. Зокрема, Instagram — як візуально орієнтована соціальна мережа — дедалі частіше використовується не тільки для просування брендів і товарів, але й для поширення культурного контенту, зокрема — літератури.

Сучасна українська література потребує нових каналів популяризації. Попри зростання кількості якісних літературних творів українських авторів, їхня впізнаваність серед широкої аудиторії, особливо молоді, залишається недостатньою. Саме тому виникає потреба в інноваційних підходах до промоції літератури, які відповідали б стилю життя та інформаційним звичкам нових поколінь читачів.

Інстаграм у цьому контексті є надзвичайно ефективним інструментом — завдяки своїм візуальним і комунікативним можливостям, алгоритмам охоплення та легкості взаємодії з аудиторією.

Додаткову актуальність темі надає двомовність проєкту: створення контенту як українською, так і англійською мовами дозволяє не лише поширювати українську літературу серед громадян України, а й представляти її світовій аудиторії. Таким чином, проєкт виконує не лише просвітницьку, а й іміджеву функцію — формує позитивний образ України як культурно розвиненої європейської країни.

**Мета роботи.** Метою роботи є дослідити можливості соціальної мережі Instagram як інструменту просування сучасної української літератури та створити авторський двомовний медіапроєкт, який на практиці демонструє ефективність такого підходу.

**Завдання дослідження:**

- проаналізувати теоретичні основи функціонування соціальних мереж у сфері культурної комунікації;
- охарактеризувати специфіку Instagram як медіаплатформи для просування літературного контенту;
- дослідити сучасні приклади українських та міжнародних літературних ініціатив у соцмережах;
- визначити цільову аудиторію, інформаційні потреби та очікування користувачів;
- створити концепцію авторського двомовного інстаграм-проєкту;
- розробити візуальний і текстовий контент у межах зазначеної концепції;
- оцінити перші результати взаємодії з аудиторією.

**Об’єкт дослідження.** Instagram як соціальна мережа та цифрова платформа, що використовується для комунікації у сфері культури.

**Предмет дослідження.** Можливості авторського двомовного інстаграм-проєкту як способу поширення сучасної української літератури серед української та іноземної аудиторії.

**Методи дослідження.** Під час виконання роботи були використані наступні методи:

- контент-аналіз успішних інстаграм-акаунтів;
- візуальний аналіз елементів сторінки;
- опитування аудиторії та спостереження за її реакцією;
- порівняльний аналіз аналогічних культурних проєктів;
- метод творчого експерименту (створення авторського контенту).

**Публікації.** Матеріали проєкту частково оприлюднювалися на авторській сторінці в Instagram та стали основою для майбутніх журналістських публікацій у культурних онлайн-виданнях.

**Структура роботи.** Творчий проєкт складається з двох частин: теоретичної, що включає огляд літератури, аналіз Instagram як медіаплатформи та обґрунтування концепції проєкту, та практичної —

реалізації авторської інстаграм-сторінки з двомовним контентом, створеним на основі дослідження. Робота містить 3 розділи, список використаних джерел, додатки та анотацію.

# РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА ДЛЯ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ЛІТЕРАТУРИ

## 1.1. Сучасна українська література: тенденції, проблеми, перспективи

Сучасна українська література є важливим елементом національного культурного простору, що формується в умовах соціальних, політичних і воєнних трансформацій. Протягом останніх трьох десятиліть — після здобуття Україною незалежності — літературний процес поступово виходив з-під впливу пострадянських моделей мислення та прямував до оновлення тем, форм, наративів і самоідентифікації. Особливого значення ці зміни набули після Революції Гідності у 2013–2014 роках, а також унаслідок повномасштабного вторгнення Росії в Україну у 2022 році. Література стала засобом осмислення національного досвіду, інструментом спротиву, джерелом внутрішньої мобілізації, а також формою фіксації та збереження колективної пам'яті.

Серед ключових тенденцій сучасної української літератури можна виокремити розширення тематичного поля: українські автори активно звертаються до тем війни, вимушеної міграції, особистісної та національної ідентичності, гендерної рівності, екологічної відповідальності, соціальної нерівності, а також до травматичного досвіду, зумовленого історичними та актуальними подіями. Це свідчить про інтегрованість українського літературного процесу у світовий контекст, в якому актуальність соціальних і екзистенційних тем є ключовою ознакою якісного культурного продукту. Значною мірою змінилися і жанрові домінанти: на зміну традиційному епічному наративу прийшли форми, що тяжіють до міжжанрової гібридності — есеїстичний роман, поетичне репортажне письмо, нон-фікшн, щоденникова проза, документалістика.

*Таблиця 1.1*

**Актуальні теми в сучасній українській літературі (2020–2024 рр.)**

Тема	Приклади творів / авторів	Коротка характеристика теми
Війна і фронт	Артем Чех «Точка нуль», Станіслав Асєєв «Світлий Шлях»	Психологічний досвід воєнного стану, щоденники
Вимушене переселення	Євгенія Кузнєцова «Спитайте Мієчку»	Побутова проза про переміщення та пошук дому
Пам'ять і посттравма	Оксана Забужко «Планета Полин»	Осмилення історичних і особистих втрат
Ідентичність і мова	Софія Андрухович «Амадока»	Тема втрати культурних смислів, гібридність ідентичності
Гендер і тілесність	Богдана Матіяш, Катерина Бабкіна	Рефлексії над тілом, жіночим досвідом

У межах літературного процесу відбувається поступова децентралізація — як у просторовому, так і в змістовому сенсі. Зростає роль регіональних центрів, таких як Харків, Чернівці, Івано-Франківськ, Дніпро, які формують власні культурні середовища та сприяють збагаченню літературного розмаїття. Поряд з визнаними авторами — Сергієм Жаданом, Оксаною Забужко, Андрієм Курковим — до читача дедалі активніше звертаються представники нового покоління: Катерина Калитко, Софія Андрухович, Артем Чех, Євгенія Кузнєцова, Остап Українець та інші. Їхні тексти відзначаються глибоким аналізом сучасності, високим рівнем мовної культури та увагою до індивідуального досвіду як джерела художнього осмилення дійсності.

Водночас варто зазначити наявність певних проблем, які стримують повноцінний розвиток літературного середовища. Насамперед ідеться про обмежений рівень читацької активності в Україні, що зумовлено як загальним зниженням інтересу до книжки серед молодого покоління, так і недостатньою адаптацією літературного продукту до потреб цифрового покоління.

*Таблиця 1.2*

### **Основні проблеми популяризації сучасної української літератури**

Проблема	Характеристика прояву	Наслідки
Зниження читацької культури	Молодь переважно споживає короткий візуальний контент	Зменшення книжкових накладів, втрати для ринку

Обмежена присутність у медіапросторі	Література рідко з'являється в Instagram, TikTok	Втрата контактів з потенційною молодіжною аудиторією
Відсутність державної стратегії промоції	Ініціативи — фрагментарні, без єдиного наративу	Залежність від окремих ентузіастів або проєктів
Нерівний доступ до якісного контенту	Частина аудиторії — в інформаційній ізоляції	Нерівномірний розвиток культурних регіонів

Попри зазначені труднощі, сучасна українська література має значний потенціал розвитку, зокрема завдяки інтеграції в глобальний культурний простір. Поширення перекладів українських творів іноземними мовами, участь авторів у міжнародних фестивалях, співпраця з європейськими та американськими видавництвами сприяють формуванню позитивного іміджу української культури за кордоном. Одним із важливих напрямів перспективного розвитку є цифровізація літературного контенту, адаптація книжкових наративів до форматів Instagram, TikTok, YouTube, а також розвиток двомовних культурних ініціатив, що дозволяють одночасно звертатися до внутрішньої та зовнішньої аудиторії.

Таким чином, сучасна українська література перебуває на перехресті багатовекторних трансформацій — між традиційною культурною практикою та цифровою інноваційністю, між локальною автентичністю та глобальним контекстом, між усним і письмовим, між лінійним наративом і фрагментованою візуальністю сучасного медіапростору. Вона одночасно продовжує історичну літературну традицію й намагається адаптуватися до нових форматів споживання інформації, які диктує динаміка цифрової епохи. Молоде покоління читачів дедалі частіше надає перевагу швидкому, візуалізованому, персоналізованому контенту, що створює виклик для літературної спільноти — говорити мовою, зрозумілою для нової аудиторії, не втрачаючи при цьому глибини змісту.

У цих умовах ефективна популяризація літературного контенту потребує переосмислення не лише форми, але й самого каналу комунікації між автором, твором і читачем. Значення набувають цифрові платформи, здатні

забезпечити швидке охоплення, візуальну привабливість і безпосередній зворотний зв'язок. Серед них особливе місце посідають соціальні мережі, які, за умови грамотного використання, можуть стати не просто каналами інформування, а повноцінними інструментами культурної дипломатії, просвіти та формування читацької спільноти.

Instagram — як платформа, орієнтована на візуальну культуру, сторітелінг і персоніфіковану комунікацію — відкриває нові можливості для представлення української літератури у привабливому, сучасному та водночас глибокому форматі. Створення авторських літературних проєктів у цій соціальній мережі дозволяє не лише транслювати зміст творів, а й вибудовувати емоційний зв'язок із аудиторією, формувати нові сенси через мову образів, кольору, тексту і контексту. Саме тому вивчення Instagram як платформи для популяризації сучасної української літератури є не лише актуальним, але й необхідним кроком на шляху до розширення культурного впливу українського слова у світі.

## **1.2. Соціальні медіа як платформа культурної комунікації**

У XXI столітті цифрові комунікаційні технології докорінно змінили не лише спосіб передачі інформації, а й саму структуру культурної взаємодії. Соціальні медіа стали ключовими каналами комунікації в глобалізованому інформаційному просторі. Вони поступово витіснили традиційні ЗМІ як головне джерело новин, думок, культурних тенденцій і форм ідентичності. Завдяки інтерактивності, відкритості, доступності та швидкості поширення контенту соціальні мережі перетворилися на самостійні інформаційні середовища, де формуються культурні смисли, моделюються соціальні наративи та розвивається новий тип публічного дискурсу.

Культурна комунікація в соціальних медіа набуває рис поліфонічності та візуальної фрагментарності. Традиційні лінійні наративи, притаманні класичним формам журналістики чи літератури, трансформуються у мультиформатні повідомлення, що поєднують текст, відео, зображення,

емоджі та хештеги. Це вимагає від авторів контенту нового типу мислення — гнучкого, міждисциплінарного та креативного. У таких умовах культурний продукт, зокрема літературний, перестає бути лише змістом — він стає також формою, подачею, візуальною історією, емоційною реакцією. Саме тому соціальні медіа дедалі частіше використовуються як платформи для культурної журналістики, освітніх кампаній, мистецьких проєктів, а також популяризації національного культурного надбання.

Особливістю соціальних мереж є можливість безпосереднього зворотного зв'язку між автором і споживачем контенту. Це дозволяє здійснювати не монологічну, а діалогічну або навіть полілогічну комунікацію, що особливо важливо для культурного контексту, де взаємодія, рефлексія та співпереживання становлять основу сенсотворення. За таких умов література, як частина культурного дискурсу, отримує шанс вийти з меж академічної чи елітарної сфери та потрапити у поле масової культурної свідомості, зокрема — через грамотну присутність у соцмережах.

Соціальні медіа також відіграють значну роль у формуванні цифрової культурної дипломатії. Через контент, створений авторами, інституціями, культурними лідерами думок, у мережевому середовищі поширюються уявлення про національну ідентичність, мовну культуру, традиції, мистецтво, історичну пам'ять. У цьому контексті соціальні медіа виступають не лише як технічний інструмент, а як середовище культурного впливу, що формує імідж держави, зміцнює міжкультурні зв'язки та створює нові можливості для представлення культури за кордоном. Для України, яка перебуває в стані воєнної, інформаційної та культурної боротьби, це завдання набуває особливої актуальності.

На відміну від лінійних ЗМІ, соціальні мережі дають змогу кожному користувачу стати співтворцем культурного простору. Зростає значення авторських платформ — сторінок письменників, митців, культурних менеджерів, блогерів, які не тільки поширюють власні твори, а й формують мікроспільноти навколо себе, модерують культурні обговорення, ініціюють

колаборації та освітні ініціативи. У цьому полягає принципова відмінність соціальних медіа від традиційних культурних інституцій: вони будуються на горизонтальних, а не вертикальних комунікаціях.

Попри позитивний потенціал, соціальні мережі не позбавлені ризиків — інформаційна поверховість, візуальна маніпуляція, поширення дезінформації, перевага емоційного над раціональним можуть впливати і на сприйняття культурного контенту. Проте ці виклики можуть бути подолані за умови підвищення цифрової культури, професійного підходу до створення контенту та критичного мислення аудиторії.

*Таблиця 1.3*

### **Порівняння традиційних і цифрових каналів популяризації літератури**

Критерій	Традиційні канали (друковані ЗМІ, бібліотеки, фестивалі)	Цифрові канали (соціальні мережі, блоги, подкасти)
Формат контенту	Переважно текстовий, лонгріди	Мультимедійний: текст, відео, аудіо, зображення
Охоплення аудиторії	Обмежене географічно та за віковою групою	Широке, глобальне, особливо серед молоді
Швидкість поширення	Повільна, залежить від друку або ефіру	Миттєва, режим реального часу
Зворотний зв'язок	Обмежений, опосередкований (листи, опитування)	Безпосередній, інтерактивний (коментарі, реакції)
Доступність платформи	Потребує фізичної присутності або передплати	Відкрита, безкоштовна, доступна з будь-якого пристрою
Тип комунікації	Вертикальна (автор — читач)	Горизонтальна, полілогічна
Можливість персоналізації	Мінімальна, уніфікований підхід	Висока — адаптація під інтереси аудиторії
Залучення молоді аудиторії	Низьке	Високе

Аналіз наведених у таблиці 1.3 характеристик демонструє принципову відмінність між традиційними та цифровими каналами культурної комунікації. Традиційні медіа, хоч і залишаються важливим елементом інфраструктури популяризації літератури, істотно поступаються новітнім цифровим платформам у динаміці, гнучкості та можливості залучення нових аудиторій. Їхня структура передбачає переважно односторонню комунікацію, обмежену кількість каналів зворотного зв'язку та тривалі редакційні цикли. Цей підхід не відповідає очікуванням молодого покоління, яке звикло до

миттєвого обміну інформацією, мультимедійного контенту та активної участі у спільному творенні смислів.

Натомість соціальні мережі надають значно ширші можливості для інтерактивної комунікації. Вони дозволяють миттєво реагувати на зміни інформаційного середовища, формувати персоналізований контент під запити конкретної аудиторії, проводити експерименти з формами подачі матеріалу. Особливо важливою є здатність соціальних медіа створювати ефект присутності — читач не просто отримує інформацію про книжку, а стає учасником комунікативного простору, взаємодіє з автором, долучається до обговорення, впливає на культурний процес.

Крім того, горизонтальна структура комунікації в соціальних мережах забезпечує більший рівень довіри та залученості. У контексті літературного просування це означає, що аудиторія охочіше реагує на рекомендації неформального характеру — пост блогера, сторіз улюбленого письменника чи відео з відгуком — ніж на стандартну рекламу у друкованому виданні.

Таким чином, соціальні мережі змінюють саму логіку популяризації: замість централізованого поширення літератури від інституцій до масового читача, формується розгалужена система мікроспільнот, де кожен користувач є потенційним медіарозповсюджувачем і культурним посередником.

Отже, цифрові канали комунікації, зокрема соціальні мережі, не лише розширюють географію впливу української літератури, а й створюють якісно нове середовище для її функціонування та розвитку. У цих умовах особливої ваги набуває платформа Instagram, яка поєднує візуальний стиль, сторітелінг і високий рівень користувацької залученості, що робить її ефективним інструментом для поширення літературного контенту.

У підсумку, соціальні медіа — це не лише технічна інновація, а нова культурна екосистема, у межах якої здійснюється комунікація, самопрезентація, просвітницька діяльність і міжкультурний діалог. Для української літератури, яка прагне бути актуальною, видимою та доступною, присутність у цій екосистемі є не просто бажаною, а стратегічно необхідною.

Саме тому дослідження соціальних мереж як інструменту культурної комунікації відкриває нові горизонти для осмислення і поширення літературного тексту в умовах цифрового суспільства.

### **1.3. Instagram як медіаплатформа для просування книжкового контенту**

Серед численних соціальних мереж, що функціонують у цифровому середовищі, платформа Instagram займає особливе місце завдяки своїй візуальній природі, високому рівню інтерактивності та гнучкості форматів. Запущений у 2010 році як мобільний додаток для обміну фотографіями, Instagram трансформувався в багатофункціональний інструмент персонального брендингу, цифрового маркетингу, журналістики та культурної комунікації. Завдяки зростанню аудиторії, зокрема серед молоді, а також появі нових функцій (історій, відео Reels, гідів, прямого ефіру), Instagram став не лише майданчиком для візуального самовираження, а й платформою для поширення інтелектуального, просвітницького й літературного контенту.

Особливість Instagram як медіаплатформи полягає у поєднанні трьох ключових складових: візуальності, емоційності та персоналізації. Візуальна складова реалізується через фото- та відеоконтент, що дозволяє ефективно привертати увагу користувачів у перенасиченому інформаційному полі. Емоційність забезпечується завдяки інтерактивним інструментам — реакціям, опитуванням, коментарям, стікерам, які дозволяють створювати ефект залученості й спільності. Персоналізація проявляється у можливості формувати унікальний стиль сторінки — від кольорової палітри до стилю текстів — що сприяє формуванню сталого іміджу автора чи проєкту.

У контексті популяризації книжок Instagram відкриває нові можливості, які не були доступні у традиційних форматах. По-перше, ця платформа дозволяє створювати візуально привабливу обкладинку для текстового повідомлення — через фотографії книжок, цитати, графіку, ілюстрації або інфографіку. По-друге, Instagram дає змогу поєднувати рецензії, рекомендації,

особисті рефлексії, анонси подій, сторітелінг і візуальні символи в єдиний наратив. Це дозволяє формувати довготривалий емоційний зв'язок між автором або блогером і читачем, що особливо важливо для книжкового контенту, орієнтованого на залучення й утримання аудиторії.

Крім того, Instagram дозволяє ефективно працювати з ключовими поняттями цифрового маркетингу — охопленням, залученістю, сегментацією аудиторії. Використання функцій Business-акаунтів або Creator-акаунтів надає доступ до детальної аналітики сторінки: кількість переглядів, збережень, кліків на посилання, охоплення публікацій і сторіс. Це дозволяє швидко реагувати на інтереси аудиторії, тестувати нові формати подачі книжкових матеріалів та адаптувати контент-стратегію до змін у поведінці підписників.

Важливим аспектом є й алгоритмічна природа платформи. Instagram працює за принципом рекомендованих стрічок, де перевагу отримує контент, який викликає емоційну реакцію, зберігається або поширюється. Для книжкового контенту це означає потребу в креативній подачі, яка поєднує лаконічність, візуальну силу та актуальність. Наприклад, короткі цитати з книг, персональні історії читання, відеоогляди у форматі Reels або тематичні добірки (#Bookstagram, #UkrainianBooks, #ReadWithMe) мають значно вищий шанс потрапити до рекомендованих сторінок, ніж звичайні текстові огляди.

У рамках Instagram-спільноти сформувався навіть окремий напрям — Bookstagram — мережа акаунтів, присвячених книжковому контенту. У межах цієї спільноти функціонують як окремі профілі читачів, які діляться враженнями від прочитаного, так і сторінки видавництв, бібліотек, літературних фестивалів, книжкових блогерів. Для українського культурного контексту такі ініціативи є особливо цінними, оскільки вони дозволяють підтримувати живий інтерес до національної літератури, залучати нових читачів, а також інтегрувати українське літературне поле у світовий Bookstagram-простір.

*Таблиця 1.4*

### **Основні функції Instagram у популяризації літератури**

Функція	Опис реалізації
Візуалізація	Подача книжкового змісту у вигляді зображень, цитат, обкладинок, сторіс
Інтерактивність	Реакції, опитування, коментарі, прямі ефіри для залучення аудиторії
Персоналізація контенту	Індивідуальний стиль сторінки, підбір тем, адаптація до інтересів підписників
Аналіз аудиторії	Статистика переглядів, охоплення, збереження, що дозволяє корегувати контент
Поширення через алгоритми	Хештеги, Reels, геолокації, збереження, що впливають на охоплення
Формування спільноти	Взаємодія з читачами, авторами, іншими акаунтами, участь у флешмобах, челенджах

Аналіз наведених у таблицях даних дозволяє зробити висновок, що Instagram володіє широким спектром функціональних можливостей, які можуть бути ефективно адаптовані для популяризації книжкового контенту. Як видно з таблиці 1.4, платформа поєднує в собі інструменти візуального залучення, інтерактивного зворотного зв'язку, персоналізованої комунікації, аналітики аудиторії та органічного просування через алгоритми. Це дає змогу створювати повноцінні медіапроекти — не лише для інформування про книги, але й для формування читацьких спільнот, обговорення тем, взаємодії з авторами та брендами, а також для культурної саморепрезентації.

*Таблиця 1.5*

**Порівняння форматів контенту Instagram для літературних проєктів**

Формат Instagram	Приклад використання у книжковому контенті	Переваги
Публікація (пост)	Рецензії, добірки книжок, тематичні обговорення	Довший текст, зображення, хештеги, вічна присутність
Сторіс (Stories)	Цитати з книжок, швидкі опитування, закулісся читання	Ефект «живої присутності», інтерактив, короткий термін
Reels	Відеоогляди, «розпакування» книжок, короткі інтерв'ю	Вірусний потенціал, охоплення через алгоритми
Guides (Гіди)	Збірки книжок за темами: «Про війну», «Сучасна жіноча проза»	Структурованість, корисність, зручність для збереження
Прямий ефір (Live)	Онлайн-зустріч з автором, читання уривків, відповіді на запитання читачів	Взаємодія в реальному часі, підвищення довіри

Окрему увагу варто звернути на аналіз форматів контенту, представлений у таблиці 1.5. Кожен формат — від класичного посту до відео

Reels — має свої переваги та функціональне призначення в межах літературного проєкту. Пост забезпечує довговічність інформації та глибину викладу, сторіс дозволяє підтримувати щоденну присутність у стрічці підписника та здійснювати оперативну комунікацію. Формат Reels сприяє візуалізації емоційного ставлення до книжки та має високий вірусний потенціал, що особливо важливо для залучення нової аудиторії. Гіди (Guides), у свою чергу, дозволяють створювати тематичні добірки, які структурують контент і забезпечують його зручне споживання, тоді як прямі ефіри створюють ефект довіри й автентичності через живе спілкування.

Сукупне використання цих форматів дозволяє вибудовувати багатоканальну стратегію просування книжкового контенту, орієнтовану як на глибину, так і на ширину охоплення. Відповідно, Instagram виступає не просто як додатковий інструмент культурної комунікації, а як повноцінна мультимедійна платформа, здатна об'єднати естетику, функціональність і соціальну взаємодію навколо літературного продукту.

У контексті реалізації авторського двомовного проєкту про сучасну українську літературу це відкриває широкі можливості не лише для національного, а й для міжнародного позиціонування української книжкової культури. Саме тому обрана платформа відповідає як змістовним, так і технологічним вимогам до сучасного медіапроєкту в галузі культурної журналістики.

Таким чином, Instagram як медіаплатформа надає унікальні можливості для популяризації сучасної української літератури, зокрема через створення персоналізованих авторських проєктів, візуальну адаптацію складних змістів і інтерактивну комунікацію з читацькою аудиторією. Це робить платформу перспективним інструментом для реалізації інноваційних культурних ініціатив у цифрову добу.

#### 1.4. Успішні приклади літературних проєктів в Instagram

Вивчення прикладів успішних літературних проєктів в Instagram дозволяє виявити ключові закономірності формування читацьких спільнот у цифровому середовищі, а також окреслити ефективні моделі просування книжкового контенту. Сформований на межі візуальної культури, особистісної комунікації та сторітелінгу, Instagram став платформою, на якій поступово виникла цілісна субкультура — Bookstagram, що охоплює блоги про книги, авторські сторінки, видавничі профілі, а також акаунти бібліотек, освітніх ініціатив і незалежних медіа. Для українського сегменту це явище має стратегічне значення, оскільки дозволяє конкурувати за увагу глобального читача на рівних умовах із літературами інших країн.

Один із яскравих прикладів українського літературного проєкту в Instagram — сторінка [@ukrainian\\_books](#), що ведеться з метою популяризації сучасної української та перекладної літератури. Контент подається в естетично оформленому стилі: пости містять огляди книжок, цитати, фото обкладинок, посилання на купівлю або обговорення. Окрема увага приділяється жіночій прозі, феміністичному читанню, книжкам про війну та пам'ять. Такий підхід дозволяє створити цільовий образ платформи як культурно заангажованої, актуальної та емоційно близької до читача. Успіх сторінки пояснюється також стабільною частотою публікацій, продуманим візуальним стилем і залученням користувачів до коментування та взаємодії.

Ще одним прикладом є профіль видавництва "Віхола" (@vikhola), яке спеціалізується на нон-фікшн літературі українських авторів. У сторінці органічно поєднуються елементи брендового стилю, комунікація з читачами та просування книг через серії постів, відеоогляди, прямі ефіри з авторами. Окремим успішним кейсом можна вважати серії «#ВіхолаПояснює», у яких коротко і просто подаються ідеї з нових книжок. Це дозволяє досягати високої залученості навіть серед тих, хто не є регулярним читачем.

На міжнародному рівні прикладом ефективного літературного акаунту є @bookishbronte — англomовна сторінка, присвячена класичній і сучасній

художній літературі. Вона вирізняється ретельно вивіреною естетикою, використанням реквізиту для фотозйомки, системним сторітелінгом і щотижневими рубриками. Авторка блогу не лише ділиться оглядами, але й будує тривалий зв'язок із підписниками через особисті нотатки, відповіді на коментарі, а також регулярні інтерактиви: опитування, челенджі, марафони читання.

Також варто відзначити проєкт @books.and.margins, який популяризує книжки про права людини, дискримінацію, екологію, війну. Цей акаунт поєднує елементи активізму, літературного аналізу та медіаграмотності. Візуально контент подається у стриманій, аналітичній стилістиці, а тексти постів — у вигляді глибоких есеїв. Таким чином формується імідж інтелектуально й соціально відповідального книжкового простору, який приваблює аудиторію, орієнтовану на зміст і цінності.

Таблиця 1.6

### Порівняльна характеристика літературних Instagram-проєктів

Назва акаунту	Основна тематика	Мова контенту	Особливості подачі	Цільова аудиторія
@ukrainian_books	Українська та перекладна проза, книжки про війну, жіночий досвід	Українська	Естетичні фото, глибокі підписи, цитати	Молодь 20–35 років, читачі нон-фікшн і фем-прози
@vikhola	Популярна нон-фікшн література українських авторів	Українська	Серії постів, рубрики, прямі ефіри	Освічена аудиторія 25+, фанати сучасної науки
@bookishbronte	Класична та сучасна світова художня література	Англійська	Ретельно стилізовані фото, особисті історії, челенджі	Жінки 25–40 років, англомовні читачі
@books.and.margins	Соціальні, правозахисні й аналітичні книжки	Англійська	Мінімалістичний дизайн, аналітичні есеї	Активісти, інтелектуали, освітяни

Як видно, успішні акаунти мають чітку ідеологічну спрямованість, стиль подачі, а також орієнтуються на визначену нішу. Саме такі параметри — узгодженість між змістом, візуальною концепцією та потребами аудиторії —

є визначальними для створення ефективного авторського двомовного Instagram-проєкту, присвяченого сучасній українській літературі.

Аналіз порівняльної таблиці дозволяє виокремити ключові чинники успіху літературних акаунтів в Instagram, незалежно від мовної, національної або видавничої специфіки. Насамперед, важливу роль відіграє чітке тематичне позиціонування. Кожен з розглянутих проєктів має власну змістову нішу: одні фокусуються на феміністичній або соціально ангажованій прозі, інші — на популярній нон-фікшн літературі чи класичному каноні. Це дозволяє не лише краще структурувати контент, а й приваблювати сталу аудиторію, яка поділяє певні читацькі й світоглядні орієнтири.

Другою спільною рисою є візуальна та текстова узгодженість подачі контенту. Усі успішні сторінки мають впізнавану візуальну стилістику, яка формує естетичну цілісність акаунту. Це включає ретельно підібрані палітри, композиції, стиль обробки зображень, а також сталу структуру текстів: вступ, цитата, короткий огляд, емоційна рефлексія, хештеги. Така стабільність сприймається аудиторією як знак професійності та довіри.

Особливу увагу слід звернути на тональність комунікації, яка у всіх прикладах є дружньою, неформальною, проте інтелектуально насиченою. Акаунти уникають мовного пафосу або надмірної експертності, натомість акцентують на досвіді читача, емоціях, особистих асоціаціях. Це сприяє емоційному залученню аудиторії та формуванню читацької спільноти, яка не лише пасивно споживає контент, а й активно реагує, коментує, ділиться та рекомендує.

Важливою ознакою успішності є також регулярність публікацій і форматна різноманітність. Ефективні акаунти використовують усі доступні інструменти Instagram: пости, сторіс, Reels, прями ефіри, гіді. Такий підхід дозволяє поєднувати глибокий аналітичний зміст із динамікою й інтерактивністю цифрової комунікації. Наприклад, у профілі @vikhola аналітичні пости чергуються з легкими сторіс і короткими відеоформатами, що підтримує інтерес аудиторії на різних рівнях залученості.

Ще один принциповий чинник — знання своєї цільової аудиторії. Як показує таблиця, різні проєкти орієнтовані на різні демографічні та ціннісні групи — від молоді, яка шукає ідентичність, до освічених міських жителів, що цікавляться нон-фікшн та соціальними темами. Ця стратегія дозволяє формувати релевантний контент, який не намагається «сподобатися всім», а резонує з конкретною групою читачів.

Узагальнюючи вищенаведене, можна зробити висновок, що успішні літературні проєкти в Instagram базуються на системному поєднанні таких елементів:

- стратегічно вибрана тематика,
- впізнаваний стиль,
- багатоформатна подача,
- активна взаємодія з підписниками,
- контент, адаптований до темпу та естетики цифрового покоління.

Ці висновки є безпосередньо релевантними для побудови авторського двомовного Instagram-проєкту, присвяченого сучасній українській літературі. Вони дають підстави для формулювання контент-стратегії, візуального стилю, ритму публікацій і механізмів взаємодії з аудиторією, що буде розглянуто у наступному розділі.

Загалом аналіз успішних Instagram-проєктів, присвячених книгам, дозволяє виділити такі спільні риси, що визначають їхню ефективність:

- чітко визначена тематика та цільова аудиторія;
- візуальна послідовність і стилістична єдність;
- регулярність публікацій та різноманіття форматів (Reels, Stories, добірки, інтерактив);
- активна комунікація з підписниками;
- авторський стиль подачі матеріалу;
- залучення читачів до діалогу або спільної дії.

Ці характеристики свідчать про те, що Instagram може слугувати не лише платформою для маркетингу літератури, а й простором для культурної

рефлексії, просвіти та формування спільнот довкола книжкового контенту. У контексті української літературної дійсності такі проєкти відіграють важливу роль у підвищенні видимості національної літератури як усередині країни, так і на міжнародному рівні.

### **Підсумок до розділу I**

Перший розділ дипломної роботи був присвячений теоретичному аналізу медіаплатформ як інструментів культурної комунікації, а також особливостям сучасної української літератури й тенденціям її представлення в цифровому середовищі. Комплексне опрацювання підпунктів 1.1–1.4 дало змогу закласти концептуальну основу для подальшої практичної реалізації авторського Instagram-проєкту.

У підпункті 1.1 проаналізовано зміни в системі культурної комунікації під впливом розвитку соціальних медіа. Встановлено, що платформи на кшталт Instagram формують нову модель взаємодії між автором і аудиторією, де медіаспоживання стає багаторівневим, емоційним і візуально орієнтованим. Соціальні мережі в цьому контексті постають не як конкуренти традиційним медіа, а як нові канали смислотворення та промоції культурного продукту.

У пункті 1.2 було охарактеризовано сучасну українську літературу як феномен, що розвивається на перетині соціальних зламів, історичних травм і процесів переосмислення ідентичності. Акцент зроблено на її відкритості до діалогу з читачем, жанровому різноманітті, розширенні репрезентації жіночого досвіду, документальності, воєнній тематиці. Ці риси визначають потребу в адаптації літератури до нових форматів подачі, зокрема — у соціальних мережах.

Підпункт 1.3 висвітлив особливості функціонування Instagram як платформи, що поєднує візуальне, текстове й інтерактивне. Розглянуто інструменти акаунту (стрічка, сторіс, Reels, Highlights) як мультимодальні засоби подачі літературного контенту, що дозволяють досягти водночас естетичного, інформаційного та емоційного впливу на аудиторію.

У пункті 1.4 було здійснено аналіз успішних літературних Instagram-проектів, що демонструють приклади ефективного поєднання змістовного навантаження й візуальної привабливості. Виокремлено типові риси таких проектів: цілісна стилістика, чітка рубрикація, жанрова гнучкість, взаємодія з підписниками. Це дозволило окреслити еталонні практики, які можуть бути адаптовані у власному культурному акаунті.

Загалом, перший розділ створив теоретичне підґрунтя для усвідомленої та стратегічної реалізації авторського двомовного проекту. Було визначено, що сучасна українська література — попри складність і глибину — може успішно комунікувати в межах Instagram за умови грамотного поєднання змісту, форми та медіалогіки платформи. Таким чином, соціальні медіа постають не як альтернатива, а як сучасне продовження традиційної культурної комунікації, що здатне розширити горизонти сприйняття української літератури.

## Розділ II. Специфікація авторського інформаційного проєкту

### 2.1. Обґрунтування ідеї проєкту

Ідея створення авторського двомовного інстаграм-проєкту, присвяченого сучасній українській літературі, виникла як логічне продовження вивчення тенденцій літературного процесу в Україні та трансформації комунікаційного простору в цифрову епоху. Як було показано у теоретичному розділі, попри активне оновлення української літератури, зростання її тематики, жанрового розмаїття та якісних текстів, проблема обмеженого доступу широкої аудиторії до літературного контенту залишається актуальною. Зокрема, молодь дедалі рідше звертається до друкованих джерел і не завжди має уявлення про сучасні твори українських авторів. Причиною цього є не брак якісної літератури, а відсутність адаптованих форматів її популяризації, зокрема у звичних для молодого покоління інформаційних середовищах.

Соціальна мережа Instagram, що поєднує візуальність, персональну комунікацію та багатоформатність, є однією з найбільш релевантних платформ для донесення літературного змісту у привабливій, динамічній і доступній формі. Саме тому вибір цієї платформи для реалізації авторського медіапроєкту є цілком обґрунтованим. Дослідження успішних кейсів, таких як @ukrainian\_books, @vikhola або англомовні акаунти @bookishbronte, засвідчили ефективність Instagram у залученні нових читацьких аудиторій, створенні емоційного зв'язку з контентом і формуванні стійкої читацької спільноти.

Додатковою підставою для створення проєкту є недостатня присутність у цифровому просторі саме двомовнолітературного контенту, який орієнтується водночас на україномовну аудиторію та іноземців, зацікавлених в українській культурі. На тлі зростання інтересу до України у світі, спричиненого політичними та воєнними подіями, міжнародна аудиторія прагне отримувати доступ до українського культурного продукту англійською

мовою. Таким чином, поєднання українсько-англійської подачі є не лише засобом розширення охоплення, але й формою культурної дипломатії — представлення української літератури як живої, актуальної та відкритої до діалогу з глобальним світом.

Особливої ваги ця ідея набуває в умовах війни, коли українська література виконує не лише художню, але й гуманітарну, ідентифікаційну та навіть терапевтичну функцію. Сучасні книжки — як художні, так і документальні — стають засобами переосмислення національного досвіду, збереження пам'яті про події, свідчення правди, а також підтримки внутрішнього ресурсу суспільства. Популяризація таких творів — це не просто культурна діяльність, а форма інтелектуального спротиву та самозахисту.

Ініціатива створення авторського акаунту також має освітній потенціал: пости можуть виконувати функцію коротких анотацій, підказок для читання, дискусійних запитань, оглядів творів для шкільної чи університетської аудиторії. У межах акаунту можуть бути реалізовані спеціальні рубрики, наприклад, «#ПростаРецензія», «#UkrainianBookInEnglish», «#АвторТижня», які будуть не тільки поширювати інформацію про літературу, але й формувати читацьку звичку, що особливо важливо в молодіжному середовищі.

Проєкт, що реалізується в межах цієї дипломної роботи, передбачає створення й ведення авторського Instagram-акаунту, присвяченого сучасній українській прозі, поезії та нон-фікшн літературі. Особливу увагу буде приділено таким категоріям: книги про війну, жіноча література, дебютні твори молодих авторів, переклади з української, а також книжки на теми пам'яті, ідентичності, мови. Усі публікації будуть створені у двомовному форматі (українською та англійською), з дотриманням візуальної цілісності, регулярності публікацій та адаптацією контенту до формату Instagram.

Таким чином, основна мета проєкту — продемонструвати, як інструменти цифрової комунікації можуть ефективно використовуватися для культурної популяризації, зокрема — для промоції сучасної української

літератури серед різних читацьких спільнот. Реалізація проєкту не лише сприятиме особистому професійному розвитку автора як майбутнього журналіста і комунікатора, але й може стати внеском у розвиток цифрової присутності української літератури у глобальному інформаційному просторі.

## 2.2. Структура інстаграм-сторінки

Авторський інстаграм-проєкт, присвячений популяризації сучасної української літератури, має чітку продуману структуру, яка включає як візуальну складову, так і змістову організацію контенту. Враховуючи особливості платформи Instagram, ефективність сторінки залежить не лише від якості публікацій, а й від системності, впізнаваного стилю та зручної навігації для підписників. Саме тому структура акаунту формується відповідно до стратегічної логіки культурного бренду, орієнтованого на інформування, естетичне зацікавлення та взаємодію з аудиторією.

Умовно структура сторінки поділяється на три основні блоки:

**1. Основна стрічка профілю (grid).** Основна стрічка Instagram-профілю є візуальною «вітриною» сторінки — саме з неї формується перше враження користувача про акаунт. Тому її оформлення має бути не випадковим, а продуманим у всіх деталях — від стилістичної єдності до логіки змістового чергування публікацій.

Візуальна ідентичність профілю досягається завдяки:

- єдиній палітрі кольорів (наприклад, пастельні відтінки або мінімалістичні чорно-білі контрасти);
- постійному шрифту (наприклад, однаковий шрифт для цитат і заголовків);
- використанню шаблонів у Canva для серій постів (наприклад, цитати з однаковим фоном);
- композиційному чергуванню публікацій (наприклад, через 3 або 6 постів створюється тематична міні-сітка).

Такий підхід дозволяє створити впізнаваний стиль, що викликає довіру, візуальне задоволення та бажання підписатися. Візуальна сітка також допомагає організувати змістовий простір — теми публікацій не «змішуються», а мають своє чітке місце.

Таблиця 2.1

### Приклад чергування публікацій у стрічці (grid)

Позиція у рядку	Формат посту	Приклад змісту	Дизайн/шаблон
1	Цитата	Вислів із роману Софії Андрухович	Шаблон із фоном і рамкою
2	Обкладинка книжки	Фото книги, короткий опис	Фото без тексту
3	Рецензія	Розгорнутий огляд книжки	Шаблон з блоками тексту
4	Reels	Відео: «З книжки про втрату»	Відео обкладинка
5	Авторський пост	Особисті роздуми про прочитане	Фото з нотатками
6	Тематична добірка	«Жіночі голоси у війсьній прозі»	Графіка або колаж

Після кожних 3–6 постів сітка повторює ритм — так формується візуальний порядок і структура, зручна для сприйняття.

Тематичні рубрики у стрічці. Щоб зробити контент передбачуваним і водночас корисним для підписників, створюється система рубрик, які з'являються регулярно — щотижня або щомісяця. Це формує цифрову рутину, до якої аудиторія звикає й очікує новий пост в певний день.

Наприклад:

#АвторТижня — щопонеділка: коротка довідка про українського автора, з посиланням на його твори.

#3КнигиПро — раз на два тижні: тематична добірка («3 книги про війну», «3 книги про материнство», «3 переклади»).

#КнигаЗЦитатою — щоп'ятниці: пост-цитата + пояснення, чому вона резонує з актуальними подіями.

Мовне оформлення постів. Тексти до кожного посту подаються у двомовному форматі (українська + англійська). Це дозволяє:

- зробити контент зрозумілим як для україномовної аудиторії, так і для іноземців;

- підвищити охоплення через міжнародні хештеги (#UkrainianLiterature, #ReadUkrainianBooks);

- слугувати інструментом культурної дипломатії.

Для зручності використовується візуальне маркування:

- для українського блоку тексту,

- для англійського.

Кожен мовний блок має окремий абзац, чітко відокремлений візуально.

Таким чином, структура основної стрічки профілю — це не просто набір випадкових постів, а візуально змістовна система з ритмом, стилем, мовною логікою та контентною стратегією. Вона формує перше враження, забезпечує навігацію по темах і дозволяє будувати довіру та лояльність аудиторії.

**2. Сторіс і закріплені історії (Highlights).** Формат Stories в Instagram є надзвичайно гнучким інструментом для оперативної комунікації з аудиторією. На відміну від основної стрічки, яка передбачає сталу, відредаговану та продуману публікацію, сторіс дає змогу ділитися контентом у реальному часі, в неформальному, емоційному або інтерактивному стилі.

У контексті літературного проєкту сторіс використовуються для:

- анонсів нових постів чи книжок;

- коротких цитат з творів;

- опитувань або тестів (наприклад: «Чи читали ви цю книгу?»);

- реакцій на події, пов'язані з українською літературою (виступи, фестивалі, премії);

- закулісся створення контенту (наприклад, фото робочого процесу, вибору книги, екранів Canva тощо);

- подяки підписникам за реакції, згадки, репости.

Сторіс створює ефект «живої присутності» автора сторінки, а також сприяє підтримці регулярного контакту з аудиторією — навіть у ті дні, коли немає постів у стрічці.

**Highlights: візуальна навігація по сторінці.** Оскільки Stories зникають через 24 години, важливий і корисний контент зберігається у вигляді закріплених історій (Highlights). Це фактично навігаційне меню сторінки — як розділи на сайті. Кожен Highlight має:

- назву (емодзі + коротке слово),
- обкладинку (в єдиному стилі: кольори, шрифт),
- добірку контенту за темою.

Таблиця 2.2

### Структура Highlights у літературному Instagram-проекті

Назва Highlight	Символ/іконка	Змістове наповнення	Призначення
Книги	Книга	Презентації книжок: фото обкладинок, короткий опис	Навігація по творах, які згадуються на сторінці
Цитати	Олівець	Візуальні картки з уривками з українських текстів	Формування «бібліотеки смислів»
Рубрики	Календар	Добірки типу «#ЗКнигиПро», «#АвторТижня», «#Новинка»	Архів регулярного контенту
Інтерв'ю	Мікрофон	Відео або фотофрагменти з розмов із авторами (за наявності)	Збагачення сторінки діалоговим форматом
In English	Глобус	Переклади дописів, добірки англomовного контенту	Контент для міжнародної аудиторії
Reposts	Стрілки	Відгуки, згадки інших акаунтів, реакції підписників	Соціальний доказ і підсилення спільноти

Візуальний стиль Highlights. Щоб Highlights виконували не лише функцію зберігання, а й естетичну функцію, обкладинки оформлюються у єдиному стилі:

- фон одного кольору (наприклад, світло-бежевий, сірий або приглушений рожевий);
- мінімалістична піктограма на середину (емодзі або іконка з Canva);
- стиль без тексту або з єдиним шрифтом у всіх Highlights.

Такий дизайн дозволяє підтримати візуальну гармонію акаунту і посилити професійне враження від сторінки.

Інтерактивність як ключ до залучення. У Stories можна додавати інтерактивні елементи:

- опитування («Чи читали ви цю книгу?»),

- шкали реакції («Наскільки зацікавила ця цитата?»),
- відкриті питання («Яку книгу ви рекомендуєте про війну?»),
- посилання на повноцінні публікації (функція доступна з бізнес-акаунту).

Це підвищує залученість (engagement rate) та дозволяє швидше зібрати зворотний зв'язок.

Отже, сторіс та Highlights — це інструменти «живого дихання» сторінки, які забезпечують щоденну активність, підтримують зв'язок із аудиторією та створюють навігацію для нових підписників. Саме через сторіс формується ефект близькості, відкритості та довіри — ключові якості сучасного книжкового бренду в Instagram.

**3. Reels та відеоформати.** У структурі сучасного Instagram-проєкту відеоформат відіграє ключову роль у досягненні охоплення, залучення підписників та формуванні емоційного контакту з аудиторією. Формат Reels — короткі відеоролики тривалістю до 60 секунд — є найбільш динамічним і популярним способом подачі контенту, який активно просувається алгоритмами платформи. Завдяки своїй візуальній привабливості, лаконічності й інтерактивності Reels має значно вищі показники переглядів і збережень, ніж звичайні пости.

У межах авторського літературного проєкту формат Reels використовується для створення стислого, емоційно насиченого й візуально виразного контенту, який:

- презентує книги в неочевидний спосіб (через атмосферу, образ, емоцію);
- дозволяє персоналізувати відгук на книгу;
- візуалізує фрагмент художнього тексту;
- створює візуальні добірки за темою або настроєм.

*Таблиця 2.3*

### **Основні типи Reels у межах проєкту**

Назва формату	Змістове наповнення	Тривалість	Особливості оформлення
«3 книги про...»	Добірка за темою: «3 книги про війну/сім'ю/ідентичність»	~30–45 сек	Заставка, динамічні титри, відеообкладинки книг
Відеоцита та	Озвучення уривку з твору з фоном чи ілюстрацією	~20–30 сек	Субтитри укр/англ, приглушена музика, голос за кадром
З руки	Огляд книги у руках, сторінки, обкладинка	~30 сек	Камера «з руки», світло, субтитри

Ключові елементи ефективного відеоконтенту. Динамічний візуальний ряд. Для утримання уваги глядача використовуються швидкі монтажні переходи, крупні плани, зміна ракурсів, деталізація обкладинок, а також зйомка у світлій, естетичній локації (стіл, книжкова полиця, кав'ярня, домашній інтер'єр).

Субтитри двома мовами. Кожен ролик супроводжується субтитрами українською та англійською мовами — переважно у форматі блоків, що з'являються послідовно. Це робить контент доступним для тих, хто дивиться відео без звуку, а також розширює мовне охоплення.

Музичне оформлення. Підбір музики відповідає естетиці проєкту: ніжні інструментальні композиції для цитат і рецензій, а також використання трендових мелодій для вірусного поширення.

Заставки та титри. Кожен ролик має візуальну заставку — з назвою рубрики або теми, а також завершальний кадр із закликом до взаємодії (наприклад, «А ви читали цю книжку?»).

Алгоритмічний потенціал Reels. Формат Reels є алгоритмічно пріоритетним у стрічці Instagram: він виводиться у вкладку «Рекомендоване», показується навіть не підписаним користувачам і має потенціал стати вірусним за короткий час. За умови регулярного розміщення (1–2 ролики на тиждень) і правильно підібраних хештегів (#UkrainianBooks, #ReadMore, #BookReels), сторінка отримує додаткові охоплення, що підвищує її впізнаваність і залученість.

Отже, відеоформати, а саме Reels, є не лише засобом доповнення основної стрічки, а й ключовим інструментом емоційного брендування, сучасної подачі книжок і побудови візуальної ідентичності сторінки. Їхнє стратегічне використання дозволяє зробити проєкт привабливим для динамічної, візуально чутливої аудиторії, сформувати ціннісну довіру та просувати українську літературу у сучасному цифровому форматі.

Загальна структура акаунту у межах авторського проєкту ґрунтується на принципі поєднання системності та гнучкості, що є ключовою умовою ефективного функціонування цифрової культурної платформи. З одного боку, сторінка має чітко визначену сітку рубрик, графік публікацій, візуально-стилістичну єдність і типову логіку оформлення контенту. Це створює відчуття стабільності, передбачуваності та професійності, що формує довіру з боку аудиторії. Наприклад, користувач, знаючи, що щопонеділка виходить рубрика «#АвторТижня», очікує її появу і має мотивацію повернутися на сторінку.

З іншого боку, структура акаунту залишається достатньо гнучкою, щоб адаптуватися до зовнішніх змін — новинок у видавничому світі, суспільних подій, реакцій підписників, тенденцій у соціальних мережах. У межах такого підходу передбачено можливість публікацій поза графіком, створення сторіс або Reels у відповідь на актуальні інформаційні приводи (наприклад, вручення літературної премії, новий переклад, загальнонаціональна дискусія навколо книжки).

Цілісність інформаційного простору досягається завдяки взаємодії між усіма елементами сторінки. Публікації у стрічці містять посилання на сторіс; сторіс ведуть до Reels; рубрики перетинаються тематично (наприклад, цитата з книжки в пості стає темою для обговорення в опитуванні у сторіс); Reels узагальнюють інформацію з постів або візуалізують добірку. Такий підхід дозволяє не лише розширити канали сприйняття, а й посилити вплив кожної одиниці контенту завдяки багатоканальній подачі одного і того ж змісту в різних форматах.

Узгодженість стилю, логіки публікацій і взаємозв'язків між елементами сторінки сприяє формуванню впізнаваного медіаобразу акаунту як цілісного цифрового простору, присвяченого українській літературі. Завдяки цьому акаунт не сприймається як випадкова добірка постів, а як контекстуально організований інформаційний продукт, що має свій наратив, ритм і візуальну мову.

У наступному підрозділі буде розглянута жанрова палітра публікацій, яка деталізує конкретні формати дописів, що використовуються в межах даного проєкту, та показує, як через жанрове розмаїття реалізується стратегія культурної комунікації.

### 2.3. Жанрова палітра публікацій

Жанрова різноманітність публікацій в Instagram-акаунті є одним із ключових чинників, що визначає ефективність комунікації з аудиторією, підтримку інтересу та візуальну динаміку сторінки. У межах цього проєкту використовується продумана жанрова палітра, яка охоплює як традиційні медіа-жанри, адаптовані до специфіки соціальних мереж, так і гібридні цифрові формати, що поєднують текст, візуал і інтерактив.

Завдяки різним жанровим формам реалізуються такі завдання:

- презентація книжкового контенту в стислій та привабливій формі;
- залучення аудиторії до взаємодії та дискусії;
- персоналізація авторської позиції;
- системне просування тем і авторів через регулярні рубрики;
- підтримка двомовності (українська/англійська) у зручних для читача форматах.

Таблиця 2.4

#### Жанрова типологія публікацій у проєкті

Жанр / формат	Опис та мета	Приклад теми	Тип оформлення
---------------	--------------	--------------	----------------

Рецензія	Особистий аналітичний відгук прочитану книжку або на	«Книга, яку я перечитувала тричі»	Текстовий пост + фото обкладинки
Цитата з поясненням	Уривок із твору + авторський коментар	«Цитата з "Амадоки" про пам'ять»	Графічна картка + текст нижче
Добірка	Список із 3–5 книг на спільну тему	«3 книжки про сучасну війну»	Колаж або Reels з титрами
Bookface/Flattlay	Фото обкладинки, інтегроване в повсякденність	«Мій ранок із "Планетою Полин"»	Креативне фото на стіл, в інтер'єрі
Книга в деталях	Пост із фокусом на 1 елементі книжки (обкладинка, цитата)	«Найкращі ілюстрації сучасних видань»	Фото деталі + короткий текст
Міні-інтерв'ю	Цитати або відео з автором (при наявності доступу)	«Що читає автор X зараз?»	Reels або карусель цитат
Анонс новина	Повідомлення про літературну подію або нове видання	«Книга Жадана – у шортлисті премії»	Текст з ілюстрацією або афішею
Інтерактив	Опитування, тести, заклик до участі	«Що ви читаєте зараз? Поділіться в коментарях»	Сторіс, пост із закликом до взаємодії
Мовний гід	Пояснення літературного терміну або стилю	«Що таке постмодерн у прозі?»	Пост із графікою або коротким поясненням

Аналіз жанрової структури контенту, представлений у таблиці 2.4, свідчить про прагнення поєднати інформаційну насиченість, візуальну привабливість і емоційну доступність. Кожен із жанрів виконує свою функцію в загальній системі комунікації сторінки, забезпечуючи баланс між аналітичним змістом та розважально-пізнавальною подачею, що є особливо важливим у цифровому середовищі з високим рівнем інформаційного перевантаження.

Рецензії, цитати з поясненнями та добірки становлять основу інтелектуального ядра акаунту. Вони забезпечують глибину контенту, формують аналітичний профіль сторінки та орієнтовані на читацьку аудиторію, яка очікує від блогу не лише рекомендацій, а й осмислення прочитаного. Ці формати дозволяють будувати тематичну послідовність, підтримувати зв'язок між постами, поглиблювати певну ідею або авторське бачення сучасної української літератури.

У той же час формати, такі як bookface/flatlay, сторітелінг у відео або фото-картки, виконують функцію візуального розвантаження та залучення аудиторії через естетичне сприйняття. Вони приваблюють нових підписників, відповідають очікуванням Instagram-користувачів, звиклих до красивих, гармонійних зображень і динамічного контенту. Завдяки цим жанрам сторінка виглядає сучасно, трендово й привабливо для широкого кола читачів — від досвідчених до випадкових глядачів.

Інтерактивні жанри (опитування, тести, запитання до підписників) забезпечують зворотний зв'язок, формують відчуття причетності до сторінки, активізують коментарну взаємодію й підвищують індекс залучення. Це має безпосередній вплив на алгоритмічну видимість сторінки — чим більше взаємодій, тим частіше контент показується в стрічках інших користувачів.

Також варто відзначити присутність гібридних форматів — наприклад, коли добірка книг поєднується з авторським досвідом (мікроесе), або коли відеоцитата подається разом із персональним коментарем. Така жанрова мішанина відповідає логіці цифрової культури, в якій розмиваються межі між інформаційним, публіцистичним і художнім дискурсом.

Таким чином, кожен жанр у таблиці не функціонує ізольовано, а входить у міжжанрову систему, що дозволяє:

- чергувати інтенсивність сприйняття контенту;
- охоплювати різні типи аудиторії;
- підтримувати емоційно-змістову рівновагу акаунту.

Жанрова палітра є не просто набором форматів — вона виступає інструментом культурної стратегії, за допомогою якого Instagram-акаунт трансформується з особистої сторінки у публічний простір презентації української літератури в умовах цифрової культури.

**Гібридність як жанровий ресурс Instagram.** Однією з визначальних рис жанрової палітри в Instagram є гібридність, яка полягає у поєднанні ознак кількох жанрів, форматів або способів подачі інформації в межах одного повідомлення. На відміну від традиційних медіа (друкованих ЗМІ,

телебачення, літературних журналів), де існує чітка класифікація текстів за жанрами (рецензія, інтерв'ю, анонс, есе), Instagram дозволяє працювати з вільними, пластичними структурами, які легко адаптуються до способу споживання контенту в цифрову епоху.

Це зумовлено тим, що Instagram — передусім візуальна соціальна мережа, де користувачі швидко скролять стрічку, реагують на візуальні тригери (зображення, відео, кольори) та мають обмежений час для зосередженого читання. Тому довгі рецензії, звичні для літературної критики, поступаються місцем коротким персоналізованим дописам, що поєднують:

- елементи есеїстики (власна думка, рефлексія),
- інформування (назва, видавництво, жанр),
- сторітелінг (контекст читання: «прочитала в поїзді», «ця книга допомогла мені впоратися з...»),
- візуалізацію (фото, графіка, цитата в картинці).

Подібна трансформація характерна і для добірок книжок: замість класичного переліку із розгорнутими коментарями, як у блогах чи друкованих рецензіях, в Instagram добірка може бути подана у вигляді:

- відеокаруселі з обкладинками книжок, короткими тезами й музичним фоном;
- Reels із субтитрами: «3 книги, які не відпускають»;
- серії сторіс із інтерактивами: «Яку з цих трьох ви б прочитали першою?».

Цитати, які в літературній публіцистиці зазвичай виносяться як епіграф або підтвердження думки, в Instagram стають повноцінною одиницею контенту — у вигляді:

- графічного постера зі стилізованим текстом;
- відеоцитати з закадровим голосом;
- «говорячої картинки» у сторіс із реакціями.

Ще один приклад гібридності — інтерв'ю, яке замість публікації у форматі «запитання-відповідь» подається як:

- відеофрагменти з короткими репліками автора;
- цитати в серії карусельних слайдів;
- сторіс із фокусом на окремі думки чи емоції, супроводжені емодзі, стикерами й закликком «читати далі».

Таким чином, Instagram не руйнує жанри, а трансформує їх, пристосовуючи до:

- темпу цифрового споживання;
- потреби в емоційному, швидкому, візуально привабливому контенті;
- нових форм читацької поведінки — фрагментарної, мобільної, персоналізованої.

Гібридність стає ресурсом гнучкості й інклюзивності: завдяки їй один і той самий зміст можна подати у форматі, доступному як для глибокого осмислення (через текст), так і для візуального ознайомлення (через образ, відео, інфографіку). Це дозволяє охопити різні типи аудиторій — від традиційних читачів до цифрових користувачів, які лише починають знайомство з українською літературою.

У межах авторського проєкту така гібридність реалізується не як спрощення змісту, а як адаптація глибокого культурного контенту до формату, зручного для сучасного цифрового читача.

**Вплив жанрового розмаїття на залученість.** Жанрове розмаїття є одним із ключових чинників підвищення ефективності цифрового контенту в соціальних мережах, зокрема — в Instagram. У межах авторського літературного проєкту це означає не лише варіативність форм подачі книжкового матеріалу, а й стратегічну роботу з увагою, інтересом та емоційним включенням аудиторії. Завдяки змінюваності жанрів сторінка набуває візуальної й змістової динаміки, що сприяє формуванню стійкого читацького інтересу та збільшує час взаємодії користувача з контентом (так званий retention rate).

Повторюваність або одноманітність жанрових форматів — наприклад, суцільний потік рецензій — може призводити до інформаційного виснаження.

Натомість варіативність (коли впродовж тижня з'являються, скажімо, аналітична добірка, емоційна цитата, короткий відеоогляд, інтерактивне опитування) створює ефект «живої» сторінки, яка постійно оновлюється, змінює тональність, викликає нові типи емоційної реакції.

Такий підхід відповідає логіці цифрового мислення: фрагментарного, візуально чутливого та схильного до швидкої зміни фокусу уваги.

Крім того, жанрове розмаїття дозволяє охопити різні рівні залучення аудиторії — від пасивного до активного. Наприклад:

- пасивний рівень — користувач швидко переглядає естетичне зображення книжки без взаємодії;
- напівактивний — читає короткий підпис або зберігає цитату;
- активний — реагує на сторіс, бере участь в опитуванні;
- дуже активний — коментує, ділиться власною думкою або репостить.

Завдяки різним жанровим форматам сторінка працює з усіма цими рівнями одночасно, розширюючи свою читацьку спільноту та створюючи умови для глибшої комунікації.

Жанрова варіативність також дає змогу враховувати різні типи сприйняття контенту:

- візуали реагують на оформлення (flatlay, обкладинки, кольори);
- аналітики — на глибокі рецензії та структуровані добірки;
- емоційні споживачі — на особисті історії, цитати, рефлексії;
- швидкі користувачі — на відео Reels або інтерактиви у сторіс.

Такий підхід підвищує інклюзивність контенту й забезпечує доступність літературного матеріалу в різних формах, що сприяє його поширенню серед аудиторії з різним рівнем читацької культури.

Крім того, розмаїття жанрів дає змогу тексту «дихати» — чергування аналітичного посту з мінімалістичною візуальною цитатою чи гумористичним сторіс створює ритм, завдяки якому сторінка не перевантажує користувача, а навпаки — викликає відчуття легкості, естетичного задоволення і бажання повернутися.

Таким чином, жанрова гнучкість і чергування форматів не лише урізноманітнюють сторінку візуально й тематично, а й оптимізують стратегію залучення, формуючи сталість присутності читача, підвищуючи його емоційну залученість і сприяючи формуванню лояльної читацької спільноти навколо проєкту.

Таким чином, жанрова палітра авторського інстаграм-проєкту виконує функцію стратегічного комунікативного інструмента, що дозволяє не лише забезпечити тематичне та формальне розмаїття контенту, а й адаптувати подачу літературного матеріалу до звичок, ритмів і потреб сучасної цифрової аудиторії. Гнучке чергування жанрів — від рецензій до цитат, від інтерактивів до відеоформатів — сприяє побудові логічної, але не монотонної комунікації, у якій різні жанрові одиниці взаємодіють між собою як елементи єдиної інформаційної екосистеми.

Цей підхід дозволяє одночасно вирішувати кілька завдань:

- розширювати охоплення за рахунок привабливих для алгоритмів форматів (Reels, сторіс, візуальні цитати);
- поглиблювати змістовне сприйняття через есеїстичні рецензії, добірки та авторські коментарі;
- утримувати увагу аудиторії шляхом регулярного оновлення форм і ритму подачі;
- залучати нові групи користувачів, орієнтуючись на різні типи сприйняття — від візуального до аналітичного.

Крім того, жанрове розмаїття сприяє створенню ефекту багатоголосся, у якому українська література постає не лише як текст, що існує в межах книжкових сторінок, а як жива, емоційна, візуальна й доступна частина сучасної культури. У цьому контексті Instagram стає не просто майданчиком поширення інформації, а повноцінним середовищем культурної присутності української літератури, адаптованим до вимог нової медійної реальності.

Отже, жанрова гнучкість та мультимодальність у межах проєкту не є декоративною складовою, а відіграють суттєву роль у досягненні основної

мети — популяризації сучасної української літератури засобами ефективної цифрової комунікації.

## 2.4. Візуальне оформлення контенту

У візуально орієнтованому середовищі Instagram оформлення контенту відіграє не менш важливу роль, ніж його зміст. Саме візуальна подача є першим тригером уваги, що спонукає користувача зупинитися на публікації, прочитати її або зберегти. У цьому контексті оформлення Instagram-сторінки набуває значення не лише естетичного елементу, а й стратегічного ресурсу для формування читацької спільноти, візуального бренду та довіри до контенту.

Візуальна стратегія авторського двомовного проєкту базується на принципах:

- єдності стилю (типографіка, кольори, шаблони, композиція),
- мінімалізму (відсутність візуального перевантаження, акцент на зміст),
- асоціативності (кожен колір або образ пов'язаний із тематикою книжки або емоцією),
- функціональності (легкість навігації по сторінці завдяки чіткій сітці публікацій і обкладинкам Highlights).

Таблиця 2.5

### Основні елементи візуального оформлення Instagram-акаунту

Елемент оформлення	Характеристика	Функція в акаунті
Кольорова палітра	Теплі приглушені тони: бежевий, сіро-блакитний, бордо, графіт	Створення естетичної цілісності, розпізнаваності
Шрифт	Один фірмовий шрифт для цитат (напр. Playfair Display), простий для дописів (напр. Open Sans)	Формування стилю, легкість читання
Шаблони у Canva	Єдині шаблони для рубрик: цитати, добірки, анонси, сторіс	Забезпечення системності, прискорення дизайну
Композиція постів	Центрування зображень, повторюваність сітки 3x3 або 6x6	Візуальний ритм, зручність орієнтації в темах
Обкладинки Highlights	Мінімалістичні іконки на однотонному фоні	Чітка структура навігації, професійний вигляд сторінки
Стиль фотографій	Flatlay, макрозйомка, «з руки», кадри читання або кави з книжкою	Емоційна близькість, автентичність, естетичне залучення

Інфографіка	Графіки, позначки, елементи інтерактиву в сторіс	Пояснення складного змісту, залучення до обговорення
-------------	--	--

Таблиця 2.5 ілюструє структурний підхід до візуального оформлення акаунту, у якому кожен елемент виконує не лише декоративну, а й комунікативну та функціональну роль. Комплексне використання візуальних засобів — кольорів, шрифтів, шаблонів, фотографій і піктограм — сприяє створенню узгодженої візуальної мови, яка формує естетичну цілісність сторінки та підсилює її інформаційний вплив.

По-перше, кольорова палітра задає емоційний тон сторінки. Теплі приглушені відтінки (бежевий, бордо, графіт) викликають відчуття глибини, інтелігентності та спокою — що є доречним для тематики сучасної української літератури, часто пов'язаної з війною, пам'яттю, ідентичністю. Уніфікованість кольорів упродовж усіх постів також створює впізнаваний стиль акаунту, що підвищує його брендовану ідентичність і візуальну привабливість.

По-друге, типографіка виконує подвійну функцію: з одного боку — забезпечує зручність читання, з іншого — формує естетику тексту як зображення. Вибір одного фірмового шрифту для заголовків (наприклад, Playfair Display) та нейтрального для основного тексту (напр., Open Sans) гарантує послідовність і читаємість. Це особливо важливо в публікаціях, де значна увага приділяється цитатам і двомовному контенту — адже чіткий шрифт допомагає швидко розрізнити мовні блоки, не перевантажуючи зір читача.

Використання шаблонів у Canva — ще один інструмент системності. Завдяки їм створюються серії в єдиному стилі (наприклад, шаблон для всіх добірок або цитат), що не лише економить час на створення контенту, а й забезпечує стилістичну впізнаваність рубрик. Це дозволяє аудиторії легко орієнтуватися: наприклад, побачивши певний шаблон, підписник одразу розуміє, що це — добірка книг, а не особистий допис або новина.

Фотографічний стиль — flatlay, фото «з руки», кадри з кавою, книгами й записниками — формує ефект присутності та особистого досвіду, що має велике значення для побудови довіри й емоційного зв'язку з аудиторією.

Такий стиль контенту близький до формату «блог-письменника», коли читацьке життя подається через побутові образи, а не академічні конструкції.

Особливу роль у таблиці відіграють обкладинки Highlights. Вони виконують навігаційну функцію — дозволяють легко знайти потрібну інформацію (цитати, добірки, інтерв'ю), а також підсилюють професійний вигляд сторінки. Однотипність іконок на нейтральному фоні створює враження впорядкованості й завершеності профілю, що, відповідно, підвищує рівень довіри нових користувачів.

Загалом, кожен елемент у таблиці не функціонує ізольовано, а входить до єдиної візуальної системи, яка:

- підтримує інформативну логіку акаунту;
- забезпечує комфорт користувача при перегляді контенту;
- передає характер проєкту через естетику й настрій;
- створює образ культурного простору, а не просто особистої сторінки.

Таким чином, візуальне оформлення виступає не пасивним фоном, а активним агентом комунікації, який формує читацький досвід і забезпечує емоційну та інтелектуальну взаємодію з українською літературою у цифровому середовищі.

**Візуальний ритм та логіка сітки (grid).** Однією з ключових особливостей Instagram як візуально-комунікативної платформи є його структурована сіткова організація контенту, що подається у вигляді послідовної стрічки з блоків 3x3 або 6x6 публікацій. Цей формат вимагає від автора не лише якісного оформлення окремих постів, а й цілісного мислення у категоріях візуального ритму, композиції та узгодженості елементів між собою. У професійних акаунтах сторінка розглядається як «віртуальна вітрина» або «цифрова галерея», де кожна публікація — це частина загальної візуальної тканини.

У межах авторського проєкту використовується принцип так званого «сіткового мислення», що передбачає продумане чергування постів за змістовими, жанровими й візуальними параметрами. Наприклад, у межах одного горизонтального ряду стрічки (3 публікації) реалізується формула:

Цитата – обкладинка – добірка, або рецензія – інтерактив – відео, що дозволяє:

- забезпечити змістову рівновагу (аналітичне – емоційне – візуальне);
- створити естетичну симетрію (контраст кольору, форми, обсягів тексту);
- підтримувати ритм оновлення, зрозумілий і впізнаваний для аудиторії.

*Таблиця 2.6*

### **Приклад візуального ряду 3x3 (типова міні-сітка)**

Пост 1	Пост 2	Пост 3
Цитата з книги	Обкладинка новинки	Добірка на тему
Рецензія	Фото автора	Сторіс-опитування
Відео з озвученням	Анонс нової рубрики	Особиста історія

Такий формат дозволяє уникнути хаотичності у стрічці, яка часто виникає у блогах без візуальної концепції. Користувач, який заходить на сторінку, бачить не випадкові публікації, а логічно скомпоновану структуру з повторюваним візуальним ритмом, що викликає відчуття порядку, цілісності й естетичного задоволення.

У дизайні це досягається за допомогою:

- чергування типів контенту (текст – фото – графіка – відео),
- чергування колористичних блоків (світлий фон – темний фон – кольоровий акцент),
- застосування фірмових шаблонів (один для цитат, інший для добірок тощо),
- рівноваги між щільними за текстом публікаціями та візуально «легкими» дописами.

Таке чергування виконує не лише естетичну функцію, а й когнітивну: воно полегшує сприйняття інформації, структурує мислення читача, дає йому «точки орієнтації» у тематичному наповненні сторінки. Наприклад, регулярна поява обкладинок книг на центральному місці сітки дозволяє зберігати інформативність сторінки, водночас розміщення цитат на краях або вгорі створює візуальну рамку з акцентами.

Крім того, логіка сітки дозволяє використовувати естетичний ефект повтору — принцип композиції, відомий з теорії мистецтва: коли подібні візуальні елементи повторюються через певний інтервал, це створює відчуття впорядкованості та гармонії, яке користувач може не усвідомлювати, але позитивно сприймає.

Таким чином, візуальний ритм і логіка сітки у межах Instagram-проєкту не є другорядними аспектами дизайну, а виступають повноцінними інструментами організації контенту, що працюють на залучення аудиторії, естетичну привабливість і системну культурну комунікацію. Це підтверджує тезу про те, що візуальна мова — це ключова складова сучасного літературного просвітництва в цифровому форматі.

**Візуалізація тексту як інструмент сенсу.** У сучасному цифровому середовищі текстова інформація дедалі частіше подається не лише як носій змісту, а й як візуальний об'єкт, що виконує окрему комунікативну функцію. У межах авторського Instagram-проєкту, орієнтованого на просування української літератури, візуалізація тексту відіграє подвійну роль: вона допомагає структурувати повідомлення, зважаючи на двомовність акаунту, і водночас підсилює сенсове навантаження через оформлення, що має естетичне, символічне й акцентне значення.

З огляду на те, що проєкт реалізується у двомовному форматі (українська та англійська мова), постає завдання не лише перекладу змісту, а й створення зручної візуальної навігації для читача. Візуальна сегментація тексту дозволяє уникнути плутанини, полегшує сприйняття й сприяє тому,

щоб кожен читач (незалежно від мови) орієнтувався у контенті з першого погляду.

Для цього застосовуються такі прийоми:

- емодзі-позначки перед відповідними мовними блоками. Цей метод не лише функціональний, а й емоційно нейтральний, універсально зрозумілий користувачам різного віку та культур. Він дозволяє миттєво визначити, де починається текст рідною мовою, а де — переклад, без потреби в додатковому поясненні.

- кольорове розмежування тексту. Наприклад, український фрагмент може мати світло-сірий фон, а англійський — білий або навпаки. Це створює візуальну межу, яка не порушує загальну гармонію оформлення, але водночас слугує практичним засобом для сканування інформації.

- послідовне подання в форматі каруселі. У публікаціях із більшим обсягом тексту використовується формат слайдів: слайд 1 — українською, слайд 2 — англійською. Такий підхід відповідає логіці Instagram як платформи, де поширеним є «гортальний» спосіб сприйняття, і дозволяє розміщувати обидва мовні варіанти без візуального перенавантаження одного кадру.

Окрему роль відіграє оформлення цитат, уривків з творів або афористичних фраз, які у традиційній подачі слугують лише ілюстрацією до тексту. У межах цього проєкту вони оформлюються як візуальні об'єкти зі змістовною автономією. Це досягається завдяки:

- використанню фону, контрастного до основної стрічки (наприклад, пастельні тони або фактурні текстури);
- стилізованим рамкам або графічним елементам навколо цитати;
- фірмовому шрифту, який надає візуальній виразності та символічній ваги тексту.

Такі оформлені цитати виконують функцію візуального маркера сенсу: вони зупиняють увагу користувача, дають змогу емоційно зануритися в текст, сприяють збереженню або поширенню публікації. Крім того, оформлена

цитата — це зразок компактної культурної комунікації, що працює самостійно, без додаткового пояснення, але виконує глибоку функцію — передає цінність літературного твору, викристалізовану у кількох рядках.

Таким чином, візуалізація тексту в Instagram-проєкті — це не лише технічна або естетична операція, а стратегічний інструмент сенсової презентації української літератури. Вона дозволяє адаптувати зміст до вимог цифрової платформи, забезпечує чіткість сприйняття двомовного контенту та перетворює літературну фразу на візуальний культурний жест, що резонує з емоційним і інтелектуальним простором сучасного користувача.

**Емоційна естетика сторінки.** Візуальне оформлення у сучасному Instagram-проєкті виконує не лише функцію привернення уваги або впізнаваності бренду, а й виступає потужним засобом емоційної комунікації. Особливо це актуально у випадку сторінки, присвяченої літературі, де ключову роль відіграє не лише раціональне розуміння тексту, а й емоційне занурення у зміст, контекст і настрій твору. Саме тому візуальна подача контенту повинна бути узгоджена з його тематикою, жанровою специфікою та ціннісною структурою.

У межах авторського проєкту принцип емоційної естетики реалізується через вибір кольорів, композицій, образів та загальний стиль оформлення, що викликає не абстрактне «захоплення візуалом», а переживання відповідного настрою, резонанс із внутрішнім світом користувача. Це дає змогу перетворити сторінку на атмосферне середовище, в якому читач не просто знаходить інформацію, а в певному сенсі — відчуває літературу.

Так, для книжок на воєнну тематику обираються стримані, глибокі, приглушені кольори — графітовий, темно-синій, бордовий, сіро-зелений. Вони викликають асоціації з тишею, зосередженістю, рефлексією, втратою — і відповідають внутрішньому змісту творів про війну, пам'ять, травму. У таких публікаціях переважає мінімалізм композиції, відсутність зайвих візуальних деталей, фокус на тексті, обличчі або одній символічній деталі (військовий жетон, пейзаж, темне вікно), що дозволяє не відволікати глядача від суті, а

навпаки — посилює контраст між візуальною стриманістю та глибиною текстового змісту.

Для жіночої прози, навпаки, використовується м'яка, світла, тепла палітра — відтінки персикового, кремового, рожевого, лавандового. Зображення часто містять деталі побуту, природи, інтер'єру (рука з чашкою кави, тканина, квіти, книги на підвіконні), що створює атмосферу затишку, емоційної чутливості та близькості. Така естетика не лише підкреслює індивідуальність кожної історії, а й створює ефект причетності, коли сторінка «говорить мовою читачки» — делікатно, м'яко, емпатійно.

У випадку перекладної літератури візуальне оформлення акцентується на дизайні обкладинки, типографіці, елементах графіки, що дозволяє відтворити естетику оригінального видання та поєднати її з візуальною стилістикою акаунту. Це сприяє формуванню враження відкритості до діалогу між культурами, візуальної поліфонії, в якій українська література розташована поруч із іншими національними контекстами, не втрачаючи при цьому своєї автентичності. Саме у цьому полягає візуальний принцип поєднання естетик — де елементи глобального книжкового дизайну інтегруються у загальну стрічку без дисонансу, а з метою взаємозбагачення.

Відтак візуальна естетика контенту не є стилістичним оздобленням, а емоційно-ціннісною системою, яка підтримує, підсилює й розкриває зміст кожної публікації. Завдяки цьому користувач не просто читає або переглядає сторінку, а переживає її як емоційно структурований простір, у якому кожен жанр, колір, деталь чи ритм формує внутрішній настрій, спонукає до емпатії, співпереживання або естетичного захоплення. Такий підхід підвищує ступінь залученості аудиторії, сприяє емоційній ідентифікації зі сторінкою та формує внутрішню лояльність до культурного продукту, яким у цьому випадку виступає сучасна українська література.

Таким чином, візуальне оформлення у межах авторського Instagram-проєкту не є другорядним або суто естетичним елементом. Воно виступає ключовою складовою цілісної комунікативної стратегії, що охоплює змістову,

емоційну й структурну площину подачі літературного матеріалу. У цифровому середовищі, де візуальне домінує над текстовим, саме форма подання визначає, чи буде контент сприйнятий, прочитаний і збережений користувачем. У цьому контексті кожен візуальний вибір — палітра кольорів, шрифт, стиль фотографії, логіка сітки — має змістове та стратегічне значення.

Завдяки продуманому візуальному рішенню сторінка формує своєрідну «візуальну граматику», яка допомагає читачеві не лише орієнтуватися в тематичних рубриках, а й емоційно налаштуватися на сприйняття тексту. Цитата в рамці, приглушене тло, повторювані композиції — усе це виконує не просто декоративну функцію, а структурує читацький досвід. Особливу роль відіграє принцип єдності стилю, який дозволяє уникнути хаотичності у стрічці, підвищує професійне сприйняття сторінки та формує візуальну ідентичність проекту.

Окремого значення набуває емоційна естетика сторінки, що не лише супроводжує текст, а й виконує функцію емоційного перекладу змісту, створює атмосферу відповідно до тематики творів (війна, жіночий досвід, перекладна література тощо), поглиблює занурення користувача в культурний контекст. Такий візуальний настрій сприяє формуванню емоційного зв'язку з аудиторією, що є особливо важливим у медіапроектах із гуманітарною тематикою.

У підсумку, візуальне оформлення в авторському Instagram-проекті — це не ізольований інструмент, а інтегрована частина загальної стратегії культурної комунікації, яка дозволяє через форму виразити зміст, настрій, цінності та функцію літератури в нових цифрових умовах. Саме завдяки візуальній цілісності, стилістичній стабільності й емоційній виразності сторінка сприймається як професійний, естетично оформлений і ціннісно орієнтований простір, що репрезентує сучасну українську літературу в актуальному, доступному та привабливому форматі.

## 2.5. Контент-план і графік публікацій

Ефективне функціонування Instagram-проєкту, особливо такого, що орієнтований на популяризацію літературного контенту, неможливе без чіткої контент-стратегії, що включає тематичне планування, визначення рубрик, вибір форматів та формування сталого графіка публікацій. У цифровій комунікації сталість і передбачуваність є важливими чинниками формування довіри аудиторії, її залучення та утримання.

Контент-план у межах авторського проєкту вибудовується на перетині трьох взаємопов'язаних векторів:

- тематична логіка (що публікується);
- жанрова різноманітність (у якому форматі подається контент);
- ритм подачі (коли, як часто і з якою періодичністю з'являються пости).

**Тематична структура плану.** Тематична структура контент-плану авторського Instagram-проєкту базується на аналізі актуальних напрямів розвитку сучасної української літератури та водночас відповідає очікуванням, інтересам і запитам читацької аудиторії у соціальних мережах. Такий підхід дозволяє не лише відобразити різноманіття літературного поля, а й сформувати збалансовану комунікацію з аудиторією, в якій чергуються аналітичні, емоційні та культурно-пізнавальні елементи.

До основних тематичних блоків, які визначають зміст контенту в межах сторінки, належать:

Твори про війну та пам'ять. Цей тематичний напрямок охоплює художні, документальні та есеїстичні тексти, присвячені російсько-українській війні, воєнному досвіду, національній пам'яті та трансформаціям ідентичності. Літературні твори цього сегмента виконують не лише художню, а й терапевтичну, свідчо-документальну і соціальну функцію, а отже — мають підвищену культурну вагу та емоційний резонанс. Публікації в межах цієї теми подаються стримано, з акцентом на зміст і цитати.

Жіноча проза. Важливий пласт сучасної української літератури, що фокусується на темах тілесності, материнства, травми, повсякдення,

фемінності та голосу жінки в суспільстві. Висвітлення цієї теми в контент-плані спрямоване на формування емпатійної комунікації з читачками, підтримку актуальних феміністичних дискусій та представленість жінок-авторок у медіапросторі. Візуально оформлюється через теплу палітру, деталі побуту, інтер'єри.

Дебюти молодих авторів. Цей блок орієнтований на підтримку нових голосів у літературі, популяризацію дебютних книжок та створення платформи для відкриття імен. Контент, присвячений дебютам, виконує також функцію літературного сканера, який допомагає читачам орієнтуватися у новинках та визначати цікаві персоналії, що формують майбутнє літературного поля.

Перекладна українська література. У цьому тематичному сегменті йдеться про книги українських авторів, які перекладені іншими мовами або створені для міжнародної аудиторії. Це дає змогу презентувати українську літературу як частину глобального літературного процесу, продемонструвати її діалогічність, універсальність та культурну конкурентоспроможність. Такі пости супроводжуються англomовними анотаціями й фокусом на візуальні деталі дизайну видання.

Нон-фікшн. До цього блоку включаються мемуари, есеї, документальна проза, історії з реального життя. Тематично ці твори часто перетинаються з воєнною темою, але подаються крізь призму особистого досвіду, спостереження, осмислення суспільних процесів. Контент у цьому напрямі поєднує аналітику та сторітелінг, що дозволяє одночасно поглиблювати знання читача та викликати емоційний відгук.

Літературні події. Цей блок охоплює актуальні події літературного життя: вручення премій, фестивалі, презентації, публічні обговорення, новини з життя авторів. Тематично він відповідає завданню інформування та створення відчуття «живої» літературної спільноти, до якої належить і читач сторінки. Формати — сторіс, анонси, афіші, Reels із цитатами промов.

Тематичні добірки. Гнучкий формат, що дозволяє об'єднувати твори за спільною темою, настроєм або символічною датою: «3 книги про мовчання», «5 текстів про місто», «3 твори до Дня незалежності». Добірки виступають інтерпретаційним інструментом: вони не лише представляють літературу, а й пропонують власну логіку її прочитання. Це дає змогу читачу обирати книжки не лише за жанром чи автором, а за світовідчуттям і настроєм.

Таким чином, тематична структура плану базується на поєднанні суспільно значущих тем, художніх тенденцій і читацьких очікувань, що дозволяє створити змістовно насичену, репрезентативну та автентичну присутність української літератури в цифровому просторі. Її реалізація через стабільні рубрики та гнучкі формати сприяє підтримці стратегічної цілісності комунікації, забезпечуючи водночас змістову глибину й доступність для широкої аудиторії.

Таблиця 2.6

#### Типовий тижневий контент-план для Instagram-проєкту

День тижня	Формат/жанр	Тема прикладом	Ціль
Понеділок	#АвторТижня	Оксана Забужко: 3 факти та 1 цитата	Ознайомлення з постаттю сучасної літератури
Вівторок	Добірка	3 книги про втрату	Тематичне занурення
Середа	Цитата з поясненням	«Це не війна, це вирок...» – Андрухович	Емоційне залучення, естетика
Четвер	Reels	Відеоогляд: 3 книжки про жінок у війні	Відеоформат, алгоритмічна видимість
П'ятниця	Добірка	«Доця» Тамари Горіха Зерня	Аналітика, глибина
Субота	Інтерактив у сторіс	«Яку книгу ви зараз читаєте?»	Залучення підписників
Неділя	Підсумок тижня / анонс	«Що читатимемо наступного тижня?»	Підтримка зв'язку, інтерактивна сталість

Таблиця 2.6 ілюструє базову модель щотижневого планування публікацій в авторському Instagram-проєкті, яка базується на ритмічному чергуванні форматів, жанрів і тематичних блоків. Такий підхід дозволяє досягти оптимального балансу між регулярністю, змістовною глибиною та візуальною динамікою.

Перш за все, помітно, що кожен день тижня має власну функціональну спрямованість. Понеділок відкриває тиждень інтелектуальною рубрикою #АвторТижня, яка задає тон сторінці як джерелу культурної інформації. Це також формує очікування у читача, який повертається до сторінки у визначений день, знаючи, що отримає нову порцію знань про актуального автора.

Вівторок і середа структуровані навколо емоційного та смислового занурення у текст: тематична добірка у вівторок виконує функцію навігації по книжковому ландшафту, тоді як цитата з поясненням у середу дозволяє емоційно акцентувати увагу на ключовому фрагменті твору. Такий розподіл формує зв'язок між раціональним вибором і естетичним переживанням, що є суттю літературного досвіду.

Четвер присвячено формату Reels, що має подвійне значення: з одного боку — це збагачення контенту динамічним, візуально насиченим відео, з іншого — реалізація алгоритмічної стратегії, адже відеоформати мають вищий рівень поширення в Instagram. Reels забезпечує охоплення нових аудиторій і підсилює присутність сторінки в загальному інформаційному потоці.

П'ятниця — це простір для аналітичної глибини: добірки дозволяють не просто згадати книгу, а дати їй інтерпретацію, підкреслити стиль, тематику, настрій, посилити мотивацію до прочитання. Такий тип публікацій формує довіру до автора проекту як до культурного куратора.

Субота виділена під інтерактивний контент, що забезпечує двосторонню комунікацію з аудиторією. Це важливий елемент стратегії залучення (engagement), адже сторіс-опитування, заклики до коментарів чи «відгуків тижня» перетворюють читача на активного співучасника медіапроцесу.

Неділя виконує об'єднувальну функцію: підсумкові пости або анонси наступного тижня підтримують циклічність сторінки, створюють відчуття плановості та довгострокового задуму. Таким чином, сторінка сприймається не як хаотичний блог, а як стабільна культурна платформа з внутрішньою логікою.

Загалом, таблиця демонструє чітку редакційну структуру, що дозволяє:

- забезпечити змістову різноманітність без втрати стилістичної єдності;
- поєднувати інформаційну, емоційну й аналітичну функції у межах одного акаунту;

- оптимізувати темп публікацій відповідно до медійної поведінки аудиторії;

- створити прив'язаність користувачів до певних днів і рубрик (що підвищує retention).

У результаті контент-план, представлений у таблиці, не лише виконує роль організаційного інструменту, а й є виразом стратегічної концепції культурної присутності української літератури в Instagram-середовищі.

**Принципи формування ритму публікацій.** Одним із ключових чинників успішного функціонування авторського Instagram-проєкту є структурована й обґрунтована побудова ритму публікацій, яка дозволяє утримувати увагу аудиторії, забезпечувати очікувану присутність у стрічці підписників та водночас залишатися відкритим до динаміки інформаційного поля. Такий ритм не є випадковим або суто технічним параметром — він базується на комунікативній логіці, яка поєднує сталість, різноманітність і адаптивність.

Формування ритму публікацій у проєкті ґрунтується на таких принципах:

**Регулярність.** Публікації в акаунті здійснюються щоденно, що забезпечує постійну присутність у цифровому просторі й активну взаємодію з аудиторією. Щонайменше один допис у стрічці супроводжується 3–5 історіями (Stories) на день, які слугують оперативним каналом комунікації, реакцією на події або засобом залучення (інтерактиви, тести, запитання). Регулярність формує у підписника відчуття стабільності та зацікавлення у щоденному поверненні до контенту.

**Баланс жанрів.** Контент структурується з урахуванням чередування жанрових форматів: аналітичні (добірки), емоційні (цитати, особисті історії),

візуально-естетичні (фото книжок, flatlay, reels), а також інтерактивні (опитування, сторіс-ігри). Такий підхід дозволяє задовольнити різні типи читацького сприйняття та не перевантажувати аудиторію однотипною інформацією. Жанровий баланс також підтримує візуальний ритм сторінки, уникаючи візуального монотонізму.

Повторюваність рубрик. Закріплення рубрик за певними днями тижня сприяє формуванню ритуалу споживання контенту. Наприклад, #АвторТижня традиційно з'являється щопонеділка, добірка — щовівторка, цитата — у середу, тощо. Повторюваність створює відчуття передбачуваності та довіри: користувач знає, що саме очікувати і коли, а це стимулює регулярні перегляди, збереження постів і активність. Рубрики стають своєрідними «вузлами» комунікації, навколо яких формується читацька спільнота.

Гнучкість. Водночас ритм подачі не є жорстко зафіксованим — проєкт передбачає можливість оперативного реагування на новинні приводи, культурні події або актуальні соціальні запити. Наприклад, позапланова публікація може з'явитися у зв'язку з врученням літературної премії, важливою подією у житті автора або виходом знакової книги. Така адаптивність структури дозволяє проєкту залишатися актуальним, динамічним і відкритим до контексту.

Сезонність. Публікації плануються з урахуванням календарних циклів, символічних дат і національних свят. Наприклад, до Дня Незалежності України створюється добірка книжок про історію та ідентичність, а до Міжнародного дня письменника — підбір найцікавіших літературних інтерв'ю. Сезонність допомагає інтегрувати сторінку у ширший культурний календар, зберігаючи зв'язок з аудиторією не лише на рівні книжкового контенту, а й у контексті громадянських і культурних цінностей.

Таким чином, ритм публікацій у межах проєкту базується на поєднанні чітко структурованого контенту та гнучкої тактики його реалізації, що дозволяє водночас утримувати якість, підтримувати регулярність і залишатися відкритим до змін. Цей ритм стає не просто організаційним інструментом, а

частиною читацького досвіду, який формується у цифровому середовищі — щоденно, послідовно і зі змістовною інтеграцією у культурний контекст.

**Інструменти планування.** В умовах динамічного функціонування Instagram-акаунту, що поєднує літературний контент, двомовність, жанрову різноманітність і регулярну публікаційну активність, особливої ваги набуває використання інструментів системного планування. Їхнє основне завдання полягає не лише в організації робочого процесу, а й у забезпеченні узгодженості між темами, форматами та ритмом оновлення контенту.

У межах даного авторського проєкту для структурування роботи застосовується цифровий контент-календар, реалізований на платформах Google Sheets або Notion. Ці ресурси є зручними, гнучкими та доступними для редагування, що дозволяє адаптувати план до змінних умов цифрового середовища.

Контент-календар включає такі ключові параметри:

Дата публікації — чітко визначає день і час виходу контенту, що дозволяє планувати активність аудиторії, формувати ритм і передбачуваність сторінки;

Рубрика — зазначення конкретного тематичного або жанрового блоку (наприклад, #АвторТижня, Цитата дня, Добірка), що забезпечує впорядкованість та стабільність рубрикаційної структури;

Формат — визначення форми подачі (пост у стрічці, сторіс, Reels, карусель, відеоцитата тощо), що дозволяє стежити за жанровим балансом та візуальним ритмом контенту;

Ключові тези та джерела — стислий зміст майбутньої публікації, включаючи цитати з текстів, лінки на авторів або додаткові матеріали, що забезпечує якість підготовки і цілісність інформаційного блоку;

Стан готовності — робоча позначка щодо етапу реалізації: ідея / підготовка / редагування / готово / опубліковано. Це дає змогу керувати дедлайнами, уникати дублювань і своєчасно реагувати на зміни.

Завдяки цим параметрам контент-календар виконує багатофункціональну роль:

- він є організаційною матрицею, яка впорядковує процес створення контенту;
- водночас — аналітичним інструментом, що дає змогу відстежувати тематичні акценти, уникати надмірної концентрації на одній темі або жанрі;
- і зрештою — гнучким засобом адаптації, що дозволяє змінювати черговість публікацій відповідно до інформаційного контексту або зворотного зв'язку аудиторії.

Крім того, використання цифрового календаря як візуального трекера дозволяє уникати нерівномірності у запланованих темах, підтримувати регулярність і послідовність у репрезентації авторів, жанрів, тем і форматів. Це особливо важливо в умовах двомовного контенту, де окремі пости вимагають подвоєної уваги до термінології, перекладу та адаптації змісту для іншої культурної аудиторії.

Таким чином, інструменти планування у форматі контент-календаря не лише полегшують роботу над сторінкою, а й формують аналітичну дисципліну, завдяки якій Instagram-проект із засобу візуальної презентації перетворюється на стратегічну культурну платформу з чітко структурованою комунікацією, продуманою динамікою й тематичною послідовністю.

Таким чином, контент-план і графік публікацій у межах авторського Instagram-проекту виступають не просто технічним чи організаційним інструментом, а фундаментальною складовою стратегічного управління культурним медіапроектом. Їхнє призначення виходить далеко за межі планування дат і черговості публікацій — і спрямоване на формування послідовної, впізнаваної й водночас динамічної комунікації з аудиторією.

Системність, закладена в контент-плані, забезпечує сталість інформаційної присутності сторінки в медіапросторі. Завдяки регулярності дописів та розподілу тематичних рубрик за днями тижня створюється ефект передбачуваності, що формує довіру й очікування у підписників. Водночас,

завдяки включенню до плану гнучких форматів (інтерактивів, сторіс, оперативних публікацій), проєкт здатен адаптуватися до змінного інформаційного контексту, зберігаючи актуальність і резонанс.

Окремо варто наголосити, що контент-план дозволяє підтримувати жанрову та тематичну рівновагу, уникати надмірної концентрації на одному напрямі (наприклад, виключно рецензії чи добірки), а також працювати з різними рівнями залучення користувачів — від пасивного перегляду до активної взаємодії.

Таким чином, контент-план і графік публікацій виконують роль навігаційної системи у структурі цифрового культурного проєкту. Вони дозволяють:

- реалізовувати ціннісні орієнтири сторінки через зміст і ритм;
- формувати читачеві комфортну і впізнавану модель сприйняття контенту;
- ефективно керувати навантаженням і творчими ресурсами автора;
- досягати максимального охоплення та стабільного інтересу з боку аудиторії.

У підсумку, грамотно побудований контент-план — це інтелектуальна матриця, яка поєднує редакційну дисципліну, гнучкість комунікації та культурну місію проєкту в умовах сучасного цифрового середовища.

## **2.6. Оцінка ефективності проєкту та критерії успіху**

Будь-який цифровий культурний проєкт потребує не лише стратегічного планування та якісної реалізації, а й чітко визначених індикаторів ефективності, які дозволяють здійснювати моніторинг результатів, оцінювати динаміку розвитку та приймати обґрунтовані рішення щодо подальших кроків. У випадку авторського Instagram-проєкту, спрямованого на популяризацію сучасної української літератури, критерії оцінки охоплюють як кількісні, так і якісні показники, відображаючи специфіку гуманітарного контенту в умовах цифрового середовища.

Кількісні показники ефективності. До основних кількісних параметрів, за якими оцінюється успішність реалізації проєкту, належать:

- Загальна кількість підписників та її динаміка у часі;
- Охоплення (reach) кожного виду контенту: пости, сторіс, Reels;
- Показники взаємодії (engagement) — кількість вподобань, коментарів, збережень, переглядів;

- Середній відсоток залучення аудиторії (engagement rate), який відображає співвідношення між активністю користувачів і кількістю підписників;

- Кількість переходів на зовнішні ресурси (наприклад, посилання на книжкові платформи, блоги, партнерські акаунти);

- Зростання кількості репостів/згадок сторінки в інших акаунтах.

Ці показники дають змогу об'єктивно фіксувати реакцію аудиторії на контент, виявляти найбільш ефективні формати та теми, а також — коригувати контент-стратегію відповідно до отриманих даних.

Якісні критерії успішності. Однак суто кількісні показники не здатні повною мірою відобразити культурну та змістову вартість проєкту. У гуманітарному контексті особливого значення набуває якісна оцінка взаємодії з аудиторією, зокрема:

- Характер коментарів і повідомлень — глибина обговорень, запитання про книги, рекомендації, особисті враження підписників;

- Рівень тематичного резонансу — чи спричиняє контент культурну дискусію, чи стає поштовхом до читання, купівлі книжок, особистих пошуків;

- Ідентифікація аудиторії зі сторінкою — прояв лояльності, регулярної присутності, емоційної залученості;

- Профіль підписників — наявність серед них освітян, письменників, літературних критиків, студентів філологічних факультетів;

- Неформальні форми поширення — згадки в особистих історіях, позитивні відгуки у блогах, цитування в зовнішніх публікаціях.

Методи збору даних для оцінки. Для здійснення оцінки ефективності використовується:

Інструментарій Instagram-аналітики (Insights) — внутрішні статистичні дані;

Моніторинг зовнішніх згадок через пошук за хештегами та відмітками;

Періодичне опитування підписників у сторіс (наприклад: «Що вам найбільше подобається на сторінці?», «Яких книг не вистачає?»);

Порівняльний аналіз показників за періодами (наприклад, за місяць або квартал).

Таким чином, оцінка ефективності авторського Instagram-проєкту виступає невід’ємною складовою стратегічного управління культурною ініціативою, оскільки саме вона дозволяє перевести креативну діяльність у площину свідомого розвитку, вдосконалення та розширення впливу. Її мета полягає не лише у фіксації досягнутих результатів, а й у виявленні потенціалу для подальшого зростання, в уточненні потреб цільової аудиторії, в адаптації формату й змісту до змін медіаповедінки користувачів.

Поєднання кількісних (метрик охоплення, взаємодії, збережень, переглядів) та якісних (типів комунікації, глибини відгуку, тематичної реакції) індикаторів дозволяє отримати багатовимірне уявлення про ефективність сторінки, її змістову релевантність, естетичну привабливість і культурну резонансність. Такий підхід забезпечує не просто аналіз ефективності контенту як такого, а діагностику ціннісного впливу проєкту, його значущості як елемента цифрової культурної екосистеми.

Важливо підкреслити, що гуманітарні медіапроєкти мають справу не лише з числовими показниками, а й з побудовою сенсів, емоційного діалогу, спільнотного ефекту, тому успіх сторінки в Instagram не можна зводити до зростання кількості підписників або лайків. Справжнім критерієм успіху є ступінь впливу на читацьке сприйняття, інтелектуальну залученість та естетичне включення аудиторії у процес культурного споживання.

Таким чином, грамотна й чутлива система оцінювання ефективності проєкту дозволяє не лише підбивати підсумки, а й перетворює сам процес оцінки на інструмент саморозвитку, стратегічного планування й формування довготривалих взаємин із читацькою аудиторією. У цьому полягає її ключова роль у забезпеченні тривалого й осмисленого функціонування цифрової платформи, присвяченої українській літературі.

## **Підсумок до розділу II**

Розділ II був присвячений розробці структури, функцій і стратегій реалізації авторського Instagram-проєкту як інструменту популяризації сучасної української літератури в умовах цифрової культури. Комплексне опрацювання підпунктів 2.1–2.6 дозволило виокремити ключові компоненти ефективної присутності літературного контенту в соціальних медіа, а також сформулювати цілісне бачення цифрового проєкту як сучасної комунікативної моделі культурної участі.

У підпункті 2.1 проаналізовано функціональні особливості Instagram як соціальної платформи, що поєднує в собі інструменти візуальної комунікації, текстового сторітелінгу та соціальної взаємодії. У 2.2 деталізовано загальну архітектуру акаунту — його структурні зони, баланс між постійністю і гнучкістю, а також логіку побудови контенту у форматі візуального й смислового поля.

У пункті 2.3 здійснено жанрову типологізацію публікацій, акцентовано на гібридності форматів та впливі жанрового розмаїття на читацьку залученість. Тут також показано, що жанр у цифровій гуманітарній комунікації виконує функцію адаптації — до темпу споживання, типу аудиторії та формату платформи.

Розділ 2.4 було присвячено візуальному оформленню, яке розглядається не як другорядне тло, а як структурний інструмент передачі сенсу. Візуальна єдність, ритміка, емоційна естетика, логіка сітки та типографіка формують

комунікативну впізнаваність сторінки, створюючи ефект атмосфери, ціннісної стабільності й професійності.

У підпункті 2.5 подано контент-план і графік публікацій, що функціонують як редакційна основа проєкту. Визначено принципи формування ритму (регулярність, гнучкість, повторюваність рубрик, сезонність), а також засоби цифрового планування, які забезпечують тематичну рівновагу та стратегічну передбачуваність.

Пункт 2.6 окреслює критерії ефективності проєкту, що поєднують кількісну аналітику з якісними гуманітарними індикаторами, дозволяючи інтегрувати цифрові метрики з оцінкою культурного впливу, читацької активності, рівня діалогу та впізнаваності.

У цілому, другий розділ підтверджує, що Instagram — у разі свідомого, естетично цілісного та стратегічно вивіреного підходу — може слугувати повноцінним середовищем для культурної репрезентації, промоції та переосмислення сучасної української літератури в нових форматах, доступних і зрозумілих широкій аудиторії.