

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Факультет журналістики
Кафедра міжнародної журналістики

БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**Популярно про міжнародну політику: створення та наповнення
мультимедійної тематичної інстаграм-сторінки**

Здобувачки IV курсу,
групи МЖБ-1-22-4.0д
ступеня вищої освіти «бакалавр»
галузі знань 06 Журналістика
спеціальності 061 Журналістика освітньої
програми 061.00.05 Міжнародна
журналістика
Барановської Валерії Павлівни

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

Науковий керівник: Семенюк О. А.,
професор, координатор наукової роботи,
доктор філологічних наук

(підпис студента) (ініціали, прізвище)

Кількість балів: ____ Оцінка ECTS: ____

Голова комісії

Допускаю до захисту перед ЕК

(підпис) (ініціали, прізвище)

_____ В.І. Терещук
завідувач кафедри міжнародної
журналістики

Члени комісії

(підпис) (ініціали, прізвище)

(підпис) (ініціали, прізвище)

(підпис) (ініціали, прізвище)

м. Київ – 2026 рік

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИСВІТЛЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ПОЛІТИКИ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ.....	7
РОЗДІЛ II СПЕЦИФІКАЦІЯ МУЛЬТИМЕДІЙНОГО ІНСТАГРАМ-ПРОЄКТУ «ORBIS.NOW».....	19
2.1. Обґрунтування інформаційного проєкту	19
2.2. Структура проєкту.....	21
2.3. Жанрова палітра	22
2.4. Зображальний матеріал та особливості оформлення	23
2.5. Авторська ідея	27
2.6. Особливості аудиторії.....	28
РОЗДІЛ III ТЕХНІЧНІ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ	32
ВИСНОВКИ.....	35
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	39
ДОКУМЕНТАЦІЯ.....	42
ДОДАТКИ.....	49
АНОТАЦІЯ	52

ВСТУП

Актуальність вибору теми

Міжнародна політика є важливим чинником, який впливає на функціонування як окремих держав, так і глобальної світової спільноти загалом. Особливо у час нинішніх воєнних конфліктів, які з кожним днем лише загострюються і розширюються. Зокрема, повномасштабна військова агресія Російської Федерації проти України, ескалація ситуації на Близькому Сході після нападу ХАМАС на Ізраїль, а також війна Ізраїлю і США проти Ірану свідчать про те, що сучасні конфлікти виходять за межі локальних і впливають на глобальну безпеку, економіку і політичний баланс у світі.

Бомбардування, геополітичні загрози, боротьба за території та ресурси, де страждають звичайні люди – все це вже не події окремого народу чи держави, а всієї планети. У таких умовах міжнародна політика цікавить не лише експертів, а стає важливою частиною буденності кожної людини. Вона охоплює дипломатичні відносини, безпекові стратегії, економічну співпрацю, гуманітарну підтримку і безпосередньо впливає на життя громадян різних країн, зокрема й України.

Водночас в інформаційному полі міжнародна політика залишається однією із найскладніших тем для сприйняття широкою аудиторією. Медіа часто подають такі новини, застосовуючи складну термінологію, надмірну аналітичність чи англіцизми, що навпаки ускладнює сприйняття для великої частини користувачів і знижує рівень їхньої зацікавленості.

Проте з розвитком соціальних мереж, таких як Instagram, Facebook, Threads, TikTok, YouTube, Telegram та інших з'явилася можливість адаптувати складні політичні теми у короткі та зрозумілі цікаві новини, які сприймаються легко різними верствами населення та категоріями читачів, глядачів і слухачів. Такий підхід сприяє залученню ширшої аудиторії, підвищенню рівня

поінформованості населення і формуванню навичок критичного мислення щодо міжнародних подій та глибшого аналізу світових процесів.

Актуальність цієї роботи полягає у створенні сучасного мультимедійного медіапроєкту у соціальній мережі «Інстаграм», сторінки «orbis.now», яка спеціалізується на висвітленні міжнародної політики у спрощеному, доступному та інтерактивному форматі. Проєкт поєднує короткі відео (рилз) із легкою подачею новин та каруселі, що дає змогу адаптувати як термінову інформацію, так і більш аналітичні та складні теми для широкої аудиторії.

Його важливість полягає у тому, що він сприяє підвищенню рівня медіаграмотності та політичної обізнаності широкого кола користувачів, формує розуміння міжнародних процесів, зокрема їх зв'язок з Україною, а також популяризує нові формати журналістики у соціальних мережах.

Мета та завдання кваліфікаційної бакалаврської роботи

Метою роботи є створення та наповнення мультимедійної сторінки «orbis.now», яка спрямована на популяризацію міжнародної політики шляхом адаптації складних політичних тем у доступний, зрозумілий, цікавий і сучасний формат.

Завдання бакалаврської роботи:

- проаналізувати особливості висвітлення міжнародної політики у сучасних медіа і соціальних мережах;
- дослідити сучасні формати подання новин у соцмережах;
- створити сторінку проєкту «orbis.now» в інстаграмі й тредсі;
- вивчити алгоритми соціальної мережі «Інстаграм» для формування інформаційного контенту;
- розробити структуру та концепцію сторінки, визначити основні формати подачі контенту;
- визначити цільову аудиторію проєкту та її інформаційні потреби;

- працювати над наповненням і простотою подачі матеріалів;
- проаналізувати ефективність подачі інформації та залученість аудиторії;
- дослідити різні способи просування контенту та працювати над розширенням кола читачів.

Об'єкт та предмет дослідження

Об'єктом дослідження є механізм популяризації міжнародної політики у соціальних мережах. Предметом дослідження є сучасні формати створення і подачі мультимедійного контенту про міжнародну політику, а також методи адаптації складної інформації для широкої аудиторії через авторський інстаграм-проект «orbis.now».

Методи дослідження

- Аналіз і синтез для вивчення теоретичних засад висвітлення міжнародної політики та узагальнення отриманої інформації;
- Контент-аналіз для дослідження наповнення інстаграм-сторінок подібної тематики і визначення ефективних форматів;
- Метод моделювання для розробки структури й концепції власного медіапроєкту;
- Описовий метод для аналізу структури та наповнення сторінки.
- Моніторинг динаміки розвитку медіапроєкту і відстеження залученості аудиторії за допомогою інструментів аналітики (охоплення, репости, збереження, вподобання, коментарі тощо).

Апробація результатів дослідження

Апробація дослідження: доповідь на III Всеукраїнській науково-практичній конференції з міжнародною участю «Соціокомунікаційні тенденції в медійному та науково-освітньому дискурсах», яка проходила 20

травня 2026 року. Тема виступу: «Популярно про міжнародну політику: створення та наповнення мультимедійної тематичної інстаграм-сторінки».

Структура бакалаврської кваліфікаційної роботи

Медіапроект складається з двох частин: теоретичної та практичної.

Теоретична частина – вступ, три розділи, висновки, список використаних джерел, додатки та анотації.

У першому розділі розглянуто теоретичні засади висвітлення міжнародної політики у соціальних мережах, зокрема особливості подачі складної політичної інформації для широкої аудиторії.

Другий розділ присвячено характеристиці мультимедійного проєкту «orbis.now», обґрунтуванню його концепції, структури, жанрової палітри контенту, візуального оформлення і визначенню цільової аудиторії.

У третьому розділі описано технічні та програмні засоби реалізації проєкту, а також особливості створення і публікації мультимедійного контенту.

Практична частина роботи представлена у вигляді створеної та наповненої контентом інстаграм-сторінки, що включає відеоматеріали та інформаційні каруселі з міжнародної тематики. Робота викладена у 54 сторінках.

РОЗДІЛ I

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИСВІТЛЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ПОЛІТИКИ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Поняття та особливості міжнародної журналістики

Політичні події у світі, воєнні конфлікти, міжнародні кризи, розвиток економіки різних країн, питання культури, екології, міграції та безпеки – усі ці та інші важливі процеси і явища охоплює міжнародна журналістика. Вона інформує аудиторію про події, що відбуваються поза межами окремої країни, і їхній вплив на міжнародну спільноту і життя людей.

Основне завдання журналістів-міжнародників: об'єктивно, оперативно, а головне зрозуміло інформувати читачів, глядачів і слухачів про міжнародні події. Саме глобальність, багатокультурність, транснаціональність та орієнтація на міжнародну аудиторію відрізняють міжнародну журналістику від національної.

В основі висвітлення міжнародних подій перебуває не одна країна, а світ загалом. Тому сутність міжнародної журналістики полягає у перевірці фактів, аналізі впливу політики й дипломатії, а також потребі подання новин у широкому міжнародному контексті. Це сприяє формуванню світогляду у людей, впливає на громадську думку і допомагає аудиторії краще розуміти важливі світові процеси. Ці вимоги закладені історично, втім із роками вони осучаснюються, підлаштовуючись під нові формати подачі інформації.

В умовах глобалізації, медіа та інші комунікаційні технології стали ключовими інструментами у формуванні міжнародної громадської думки стосовно учасників міждержавних відносин. Для сучасної людини сформувавши власну думку про політичний об'єкт, як-от державу, може бути складно через складність життя в країні та складності внутрішніх і міжнародних відносин.

Телебачення, радіо, преса та інтернет можуть встановлювати напрями у цьому процесі та впливати на громадську свідомість [17, с. 39].

В умовах сучасності журналісти-міжнародники активно використовують цифрові платформи й соціальні мережі для зрозумілої та цікавої подачі інформації про міжнародні відносини, зовнішню політику, важливі економічні чи соціальні процеси. Це вимагає від них розуміння культурних, релігійних і політичних особливостей різних країн, роботи з різними іноземними джерелами інформації, володіння іноземними мовами та готовність працювати у різних куточках світу, зокрема і в умовах воєнних конфліктів чи надзвичайних ситуацій.

Так, науковець М. Рижков визначає міжнародну інформацію як сукупність даних, що відображає структуру та загальні ознаки інформаційних процесів, а також охоплює аспекти їхнього пошуку, накопичення, обробки, поширення та практичного застосування в межах системи міжнародних відносин [12, с. 6].

І саме міжнародна журналістика виконує важливу роль у поширенні міжнародної інформації аудиторії. А від журналістів-міжнародників це своєю чергою вимагає різнобічних знань. Адже саме від якості подання залежить сприйняття суспільством міжнародних процесів і подій світового масштабу.

Теоретичні засади висвітлення міжнародної політики у медіа

Ганс Моргентау визначав міжнародну політику як боротьбу за владу та вплив між державами. Вона являє собою систему політичних, економічних і дипломатичних відносин між державами, спрямованих на реалізацію національних інтересів [6, с. 31].

Міжнародна політика вирізняється відсутністю єдиного центру влади, що створює умови анархії у світовій системі. А ще є важливою частиною глобального розвитку світу, яка охоплює взаємовідносини між країнами й різними міжнародними організаціями. Її розуміння потребує використання

різних теоретичних підходів, зокрема реалізму, лібералізму та конструктивізму.

Засновник неореалізму Кеннет Волтц, наприклад, стверджував, що міжнародна політика визначається не діями окремих держав, а структурою міжнародної системи, яка є анархічною, тобто характеризується відсутністю світового уряду [8, с. 88]. А праці Роберта Кеохейна та Джозефа Ная взагалі суттєво змінили розуміння міжнародної політики в епоху глобалізації, стверджуючи, що військова сила більше не є єдиним або найефективнішим інструментом впливу [13; 15]. Водночас Александер Вендт розглядав міжнародну політику як соціальний процес, що формується спільними ідеями, знаннями та ідентичностями [10, с. 24].

У сучасному світі міжнародна політика стає дедалі складнішою і динамічнішою, а медіа відіграють ключову роль у донесенні інформації про важливі світові події. Саме журналістика, зокрема міжнародна, формує розуміння світових процесів і має великий вплив на громадську думку. Волтер Ліппман зазначав, що люди сприймають світ через «картини в голові», які значною мірою формуються медіа [19]. Це свідчить про значний вплив журналістів на те, як громадськість бачить міжнародну політику.

Журналістика – своєрідний комунікативний міст між політиками і суспільством. А медіа є головними комунікаторами, які оперативно повідомляють про головні міжнародні події: війни, діяльність міжнародних організацій, переговори, дипломатичні зустрічі, санкції, військові вторгнення і міжнародну підтримку.

Основою журналістики є подання достовірних фактів і пояснення простою мовою складних політичних процесів, допомога читачам, слухачам чи глядачам зрозуміти причини та наслідки подій. Так, Ноам Хомський

підкреслював, що медіа можуть не лише інформувати, а й формувати інтерпретацію подій, впливаючи на громадську думку [16, с. 2].

Особливості подачі міжнародних новин у медіа

Сьогодні тема висвітлення міжнародної політики є актуальною як у закордонних, так і в українських медіа. Світові новини часто перегукуються з українськими, мають прямий вплив на події останніх років, які пов'язані з військовою агресією РФ, і формують громадську думку на загальний стан речей.

Важливу роль у висвітленні міжнародної політики відіграють інтернет-ресурси – сайти, інформаційні агентства, телеграм-канали, соціальні мережі, які охоплюють значну частину користувачів в умовах цифровізації.

У статті «Diplomat у медіа. Для чого посольству потрібні комунікації зі ЗМІ» співзасновниця Товариства україно-угорської дружби Інеса Блозовська зазначає, що ЗМІ відіграють ключову роль в формуванні громадської думки щодо міжнародного іміджу держави. На її думку, масмедіа є основним джерелом знань про культуру, традиції, економіку та технологічні досягнення різних країн [24].

Вона також наголошує, що медіа мають вагомий вплив на зовнішню політику і здатні сприяти формуванню довірливих відносин між державами через популяризацію позитивних інфоприводів, культурних заходів та оперативне ознайомлення сторін із намірами одна одної. Не дарма ЗМІ називають одним з атрибутів «м'якої сили» на міжнародній арені [24].

А ось американський дослідник Дж. Лалл у розрізі сучасних тенденцій критично оцінив потенціал об'єктивності масмедіа. На його думку, вони транслюють попередньо відібрані й інтерпретовані «картинки життя», особливо це стосується міжнародної політики. Він також зазначає, що протягом останнього десятиліття люди у багатьох країнах світу цілком

залежали від ЗМІ та урядів (чиї позиції представляли ЗМІ) в інформуванні про військові події. Водночас Дж. Лалл підкреслює невід’ємну роль медіа у формуванні політичної свідомості та культури [23].

Думки експертів різняться, але медіа і далі залишаються головним джерелом інформації у світі. До популярних медіа в Україні, які висвітлюють міжнародну політику, належать «BBC News Україна», «Європейська правда», «РБК-Україна», «ТСН», «ЛІГА.net», «24 канал», «Obozrevatel», «Укрінформ» та інші. Ці видання щоденно інформують читачів про актуальні новини, зокрема і про важливі світові процеси. Втім часто на їх формування впливає редакційна політика медіа, зокрема відбір інформації та коментарів експертів.

Редакції відіграють головну роль у прийнятті рішень, які новини варто давати, формуючи в аудиторії єдину картину важливих подій у світі. Якщо проаналізувати новини за кілька годин 6 травня на сайті «Укрінформ», то можна побачити такі висвітлені події: заява Ірану про можливість проходу суден через Ормузьку протоку після паузи в операції США; скасування рейсів у Дубай; французький авіаносець «Шарль де Голль» наближається до Ормузької протоки; міністри торгівлі G7 домовилися протидіяти використанню економічних залежностей як зброї [20]. Це демонструє домінування безпекової і воєнної тематики у висвітленні міжнародної політики. Через що читачі можуть сприймати міжнародну політику як політику військових конфліктів і негативної тенденції до майбутнього життя людства загалом.

Водночас аналітика за останні роки демонструє, що все більше користувачів відходять від споживання новин на офіційних інформаційних сайтах, а віддають перевагу новинним каналам у соцмережах і месенджерах. Так, за результатами дослідження Соціологічної групи «Рейтинг», торік головним джерелом інформації для українців став телеграм. Постійно або

часто (4–5 днів на тиждень) його читала понад половина опитаних (52%). На другому місці за популярністю був ютуб, який регулярно переглядали 32% респондентів. За ним ішов фейсбук із показником 28% [2].

Люди все частіше обирають телеграм-канали чи соціальні мережі для споживання інформації через легкість подачі, оперативність, зрозумілість і стислість. Наприклад, «Безпрецедентний європейський саміт у Єревані» – заголовок новини видання «BBC News Україна» [1]. Він містить складні лексичні конструкції, як-от прикметник «безпрецедентний», а також англіцизм «саміт». Це може ускладнювати сприйняття аудиторією, і вона втратить інтерес до публікації.

Як пишуть у своїй праці «Функціонування англіцизмів у мові сучасних українських масмедіа: лінгвоекотологічний аспект» автори Шинкар, Левченко та Чубань, наявність запозичених слів у мовленні та їхнє застосування розцінюється позитивно лише тоді, коли вони збагачують мову й забезпечують її розвиток. Вживання англіцизмів є виправданим також у разі їхньої доцільності та відсутності відповідників у мові, яка їх запозичує [17, с. 68]. В іншому випадку надмірні запозичення можуть ускладнювати розуміння тексту і негативно впливати на мовну практику суспільства.

При подачі міжнародної політики у медіа часто проявляється і такий фактор як фреймінг. Кожна окрема подія може подаватися з різного кута, чи то загроза або дипломатичний успіх, або як криза чи навпаки можливість до кращого. Це і є вищезазначений спосіб інтерпретації думки. Анастасія Чернушенко зазначає: «Ефект фреймінгу змушує нас по-різному сприймати одну й ту саму річ, підсвідомо надаючи їй позитивного або негативного забарвлення» [9].

Найчастіше він використовується у рекламі та маркетингу, але не оминув і

масмедіа. При подачі інформації журналісти часто розставляють акценти та обирають формулювання, які впливають на сприйняття подій аудиторією. Наприклад, у новині на сайті «УНІАН»: «Вже цього року тарифи на світло і газ для населення виростуть на 25%», на думку експерта, підвищення тарифів в Україні відбуватиметься поступово [21]. При подачі цієї інформації був використаний позитивний фреймінг про потрібні реформи в країні. Традиційні медіа часто використовують коментарі експертів, політологів і дипломатів, що додає виданню певної авторитетності, але при цьому часто формує суб'єктивну або однобічну думку.

Окремою проблемою сучасного медіапростору залишається вплив власників медіа на редакційну політику. У таких випадках новини подаються з врахуванням «бажання» їх засновників. Так, наприклад, лєвова частка новин Коростенського комунального медійного підприємства korostenmedia.news присвячена найкращим практикам у діяльності міської влади [14]. Прослідковується це і в міжнародних медіа. Так, консервативні медіа США, як-от Fox News, Newsmax чи Breitbart News, часто демонструють прихильне висвітлення діяльності Дональда Трампа і Рєспубліканської партії. Прикладом є публікація Fox News «Trump delivers biblical message at America 250 prayer event» [4].

Отже, висвітлення міжнародної політики потребує дотримання журналістських стандартів – балансу думок, перевірки фактів, відокремлення фактів від коментарів, використання достовірних джерел інформації тощо. При цьому варто враховувати цільову аудиторію, а також подавати новини простою і зрозумілою мовою для збільшення кола читачів. А для цього застосовують нові формати подачі, наприклад, інстаграм-сторінки, як от «orbis.now».

Соціальні мережі як нова платформа для журналістики

З появою соціальних мереж журналістика набула нових обертів.

Використання трендових форматів, цікава подача, різноманітність контенту створюють конкуренцію між медіа і породжують велику кількість платформ для споживання інформації серед користувачів.

Соціальні мережі – це онлайн-платформи, де користувачі можуть створювати віртуальні спільноти, аби обговорювати ідеї та ділитися думками. Завдяки їм люди не лише спілкуються і розповідають про власні успіхи, а й отримують постійний потік нової інформації.

Історія подібних платформ розпочалася у 1995 році із запуском вебсайту Classmates.com, який забезпечував комунікацію між користувачами. Наступним важливим етапом став 1997 рік, коли з'явився проєкт SixDegrees.com. Цей ресурс запропонував ширший функціонал: реєстрацію персональних профілів, формування списків друзів та надсилання повідомлень. Подальший розвиток соціальних мереж пов'язаний із запуском фейсбуку у 2004 році Марком Цукербергом. Пізніше платформа стала однією з найпопулярніших у світі. У 2012 році компанія купила інстаграм, а у 2014 році – ватсап, що дозволило їй розширити свій вплив на ринок [3].

Можна впевнено сказати, що соціальні мережі змінили світ на 360 градусів. Нині це повноцінна цифрова структура з віртуальним простором для спілкування, вираження власної думки, комунікації, пошуку однодумців. Вони впливають на комунікацію, освіту, бізнес, медіасферу і процеси поширення інформації. Особливо соціальні мережі стали невіддільною частиною у роботі медіа. Телебачення, радіо і друковані видання створюють власні сайти, ютуб-канали, подкасти та сторінки у соціальних мережах, адаптуючи контент до нових форматів подачі інформації. Кожен користувач, незалежно від віку, може знайти контент під свій запит. Старше покоління все частіше для споживання інформації використовує телеграм, ютуб і фейсбук, а серед молоді популярними залишаються інстаграм, тредс і тікток.

Кожна соціальна мережа змінила медійну сферу по-своєму. Фейсбук перетворився на інформаційний і рекламний майданчик, телеграм став головним каналом для споживання новин серед українців, а ютуб – платформою для відеоконтенту, де експерти висловлюють свої думки та аналітику, а журналісти транслюють ефіри. Великою популярністю серед журналістів і блогерів користуються інстаграм, тредс і тікток. На цих платформах інформацію подають оригінально та сучасно, у візуально привабливій, лаконічній та доступній формі. Контент поєднує текст, фото, короткі відео й елементи сторітелінгу, що сприяє швидкому залученню аудиторії.

Інстаграм сьогодні є не лише платформою для комунікації, а й повноцінним інформаційним майданчиком серед підлітків і людей працездатного віку, які цінують швидкість подачі новин, короткі формати, мультимедійний контент та ефект присутності. Керівник сервісу Адам Моссері зазначає, що головна мета компанії – зближувати людей завдяки натхненному та цікавому контенту [7].

Для того, аби вирізнитися серед великої кількості масмедіа, важливо створювати публікації, які містять одночасно емоційну складову, зрозумілість та оригінальність. Люди обходять стороною великі тексти без конкретики, надаючи перевагу лаконічним формулюванням та унікальності подачі інформації. Власний досвід і сторітелінг роблять матеріал більш живим та тим, що запам'ятовується і відрізняється від інших.

Саме тому для реалізації власного медіапроекту було обрано соціальну мережу «Інстаграм», яка дозволяє оперативно висвітлювати міжнародні події у сучасному мультимедійному форматі. Важливими складовими роботи над контентом стали регулярність публікацій, використання візуальних елементів, єдиний стиль оформлення та адаптація матеріалів до особливостей сприйняття аудиторії соціальних мереж. В одному з інтерв'ю Катя Брижань, засновниця

SMM-агенції «ilab», зазначала, що регулярність є важливою, адже так аудиторія все більше звикає до тебе, бо знатиме, що ти часто передаєш певну корисну і цікаву інформацію. А ще читачі не забуватимуть про тебе, адже ти не зникаєш із новинної стрічки, а залишаєшся на зв'язку [11].

На інстаграм-сторінці «orbis.now» основна увага приділялася використанню сучасних форматів контенту, спираючись на власні журналістські спостереження. При підготовці матеріалів важливими лишалися актуальність, оперативність, регулярність, різноманітність контенту та єдине візуальне оформлення.

Особливості подачі міжнародної політики у соціальних мережах

Міжнародні новини часто характеризуються складністю сприйняття для звичайного користувача. Адже інформація зазвичай є маловідомою, з'являються нові імена, назви та тези, які іноді важко сприймати. Тому у висвітленні міжнародних новин потрібно знаходити такі методи й алгоритми, які спрощують механізми подання інформації та привертають увагу до події великого кола читачів. Тут на допомогу приходять пояснювальна журналістика й короткі формати, які використовуються у соціальних мережах, наприклад, рилз чи каруселі.

Працюючи у газеті The St. Petersburg Times політик Джин Паттерсон модернізував підходи репортерів, які розслідували корупційні схеми серед суддів у Конгресі. Замість сухих звітів він вимагав від авторів створювати цілісні та доступні для сприйняття матеріали, які б розкривали ширший контекст подій, назвавши це «пояснювальною журналістикою». Разом із Паттерсоном працював Рой Пітер Кларк, який написав есе для Washington Journalism Review, міркуючи, як зробити складні факти легкими для читання [26, с. 8]. У своїй праці він зазначав, що під час висвітлення заплутаних тем варто відмовитися від вузькоспеціалізованої термінології на користь

максимальної простоти викладу, «розповідати історію так, наче ви переказуєте її для мами», а нові поняття вводити поступово й дозовано.

Крім того, Кларк рекомендував дублювати ключові тези, не перевантажувати лід статистикою та технічною інформацією, активно залучати візуальні елементи, використовувати аналогію як прийом, зокрема, вона має бути смішною та цікавою, шукати людську сторону, навіть якщо матеріал про економіку, розробити хронологію, аби читачі могли зрозуміти, де початок, розвиток дії та кінець історії та усувати непотрібну інформацію [26].

Кращими способами сьогодні мінімізувати складність висвітлення складних політичних міжнародних тем є використання форматів, як-от рилз або карусель. Формат рилз – це короткі відео до 90 секунд у вертикальному форматі, де можна додавати музику, ефекти, текст, наліпки, а також ділитися контентом з широкою аудиторією [5]. Використання рилз у журналістиці сприяє збільшенню охоплення аудиторії, порівняно зі звичайними дописами, спрощує просування та залучення нової аудиторії, а також сприйняття інформації завдяки поєднанню відео, тексту та аудіосупроводу.

Не менш популярним форматом є каруселі. Це допис в інстаграмі, який передбачає використання максимум до двадцяти фотографій чи відео. Авторка статті «Карусель в Instagram: 12 ідей для просування бізнесу та покрокова інструкція створення» Ольга Ількова пише, що карусель дозволяє зацікавити людину, адже користувач затримується на пості довше, занурюючись в контент і дізнаючись, як саме ви можете бути йому корисні [18].

Використання різних форматів робить інформацію простішою для сприйняття і цікавішою, що вимагає від журналіста мультизадачності. Сьогодні мультимедійні технології швидко впроваджуються в різні сфери життя, зокрема і в інформаційному просторі. Населення все більше починає користуватися інтернетом, з'являються нові позиції, які ніколи не були

потрібні раніше. Як результат, можливості для роботи в мультимедійній журналістиці з'являються всюди.

У своїй роботі «Мультимедійний журналіст: реалії сьогодення чи виклик майбутнього?» Аліна Биркун зауважила, що мультимедійний журналіст – це людина, яка весь час іде в ногу з часом, і у сучасній журналістиці мультимедійні засоби надають редакції великі можливості для творчості [29].

Під час створення новин на міжнародну тематику на сторінці «orbis.now» використовувалися різні мультимедійні засоби. Насамперед велика увага приділялася візуальному оформленню публікацій, створенню обкладинок, колажів, графічних елементів та ілюстрацій, а також сітки профілю. Для спрощення складних тем використовувалися рилз, де можна стисло і динамічно подати інформацію. Зважаючи на те, що великі та яскраві заголовки більше привертають увагу користувачів, застосовувався і цей метод.

Важливим елементом проєкту стало також використання єдиного візуального стилю: яскравої колірної гами, шрифтів і стилізованих шаблонів. Це сприяло впізнаваності сторінки і формуванню власної бренд-айдентики, зокрема логотип ORBIS.NOW. Окрім основних публікацій, контент також дублювався у сториз, що дозволяло підтримувати постійний контакт з аудиторією і збільшувати охоплення сторінки.

РОЗДІЛ II

СПЕЦИФІКАЦІЯ МУЛЬТИМЕДІЙНОГО ІНСТАГРАМ-ПРОЄКТУ «ORBIS.NOW»

2.1. Обґрунтування інформаційного проєкту

У нинішньому інформаційному потоці міжнародна політика залишається однією із найскладніших тем для сприйняття широкою аудиторією. Попри те, що міжнародні події мають прямий вплив на життя людей у різних куточках світу, значна частина молоді не цікавиться політичними процесами через складну та суху подачу інформації. Саме тому основною метою медіапроєкту «orbis.now» є привернення увагу читачів, зокрема молодого покоління, до міжнародної політики.

Для реалізації проєкту основною платформою було обрано платформу інстаграм. Додатково для залучення аудиторії і просування використовувався тредс. Ця соціальна мережа стала однією із найпопулярніших у 2025 році.

У сучасному світі, де контент має переважно розважальний характер, дедалі більше людей не зацікавлені у політичному контексті, особливо коли це стосується подій за кордоном. Мультимедійна сторінка «orbis.now» має на меті змінити це та подати політичні новини, які стосуються різних країн, максимально просто і зрозуміло для широкого кола читачів.

Назва «orbis.now» була обрана символічно. Слово «orbis» у перекладі з латинської означає «земля», «коло» або «світ», а «now» українською перекладається як зараз. Це пряма асоціація із сучасними подіями у світі. Мета – викликати у користувачів зацікавленість, створити відчуття масштабності і сформувані впізнавані асоціації із проєктом. Крім того, слово «orbis» співзвучне зі словом «орбіз» – популярними гідрогелевими кульками, які добре знайомі молоді віком від 18 до 24 років. Саме ця вікова категорія і є основною цільовою аудиторією медіапроєкту.



Рисунок 1. Назва та логотип авторського інстаграм-проєкту

Унікальність «orbis.now» полягає у простій подачі складної інформації без надмірної термінології, англіцизмів і перевантаження фактами. Одним з основних форматів подачі матеріалу став рилз. Його головна ідея – це подача у форматі «від людини до людини». Окрім коротких відео, публікуються також каруселі. Кожен матеріал у них супроводжується фотографіями для кращого сприйняття інформації. Також кожна публікація дублюється у сториз.

Медіапроєкт має єдиний стиль оформлення, який легко запам'ятовується. Основний колір – яскравий зелений, що одразу привертає увагу та асоціюється із нашою планетою. Також більшість титульних зображень для дописів були згенеровані за допомогою штучного інтелекту, який із кожним днем все більше використовується у медіапросторі. Цей елемент додатково привертає увагу користувачів, а також виділяють контент серед подібних проєктів, адже кожне зображення є оригінальним і передає суть матеріалу.

Серед традиційних медіа, які висвітлюють міжнародну політику у соціальних мережах, як от «BBC News», «Букви» чи «Апостроф», можна помітити класичну подачу новин, зокрема оформлення, і більш серйозну й аналітичну структуру. Водночас «orbis.now» поєднує короткі мультимедійні формати, просту мову і візуальний стиль, адаптований саме для молодшої аудиторії.

2.2. Структура проєкту

Медіапроєкт «orbis.now» створений у форматі мультимедійної сторінки в інстаграм, оскільки саме ця платформа є однією із найпопулярніших серед молоді для споживання новин. Як додатковий майданчик для інформування і просування контенту також використовувався тредс.

Тематика проєкту охоплює широкий спектр тем: життя президентів, внутрішню і зовнішню політику країн, різноманітні рейтинги пов'язані із впливовими людьми світу, нові країни на планеті, таємниці життя світових лідерів тощо. Контент на сторінці публікувався регулярно і поєднував інформаційні дописи, сториз і рилз. Основною особливістю структури стало чергування відеоконтенту та дописів у форматі каруселей, що створює динамічний і цікавий вигляд інстаграм-сторінки. У середньому один допис містив від 5 до 10 слайдів із короткими текстовими блоками і зображеннями.

Окрім каруселей важливою частиною наповнення проєкту стали reels (рилз). На кожні три інформаційні дописи припадало одне коротке відео із ведучою у кадрі. Середній хронометраж відео становив близько 1 хвилини. Для рилз використовувався єдиний динамічний стиль монтажу, однаковий зелений фон, який підходить до колірної гами проєкту, і подача інформації.

Також публікувалися сториз для нагадування читачам про сторінку і збільшення охоплень. У цьому форматі висвітлювалися короткі термінові новини, цікаві факти про країни та політиків і дублювалися дописи із профілю.

Для популяризації проєкту контент додатково поширювався у тредс. Ця соціальна мережа відома своїми дискусіями між «простими» людьми. Тому інформація туди часто подавалася у форматі «А чи знали ви..?», що стимулювало користувачів до реакції та фідбеку. Тредс став одним з основних інструментів просування сторінки після рилз. Додатково стратегія поширення базувалася на нативному просуванні через власні соцмережі, друзів і студентів.

2.3. Жанрова палітра

Медіапроект адаптований до специфіки інстаграму та поєднує кілька форматів подачі інформації. Основний акцент був направлений на молоду аудиторію та створення контенту, який легко сприймається, привертає увагу і найголовніше інформує читачів про міжнародні події.

Основний жанр публікацій на сторінці «orbis.now» – коротка інформаційна новина. Такий формат використовувався у дописах-каруселях та у рилз для висвітлення актуальних подій у світі. Інформація подавалася коротко, зрозуміло і без надмірного перевантаження фактами та політичною термінологією. Зокрема, на сторінці публікувалися матеріали про політику Європи щодо українських біженців, можливу підготовку Білорусі до війни, конфлікт між Ізраїлем та Іраном, блокування Іраном Ормузької протоки тощо.

Також у матеріалах використовувалися елементи аналітики. У деяких дописах пояснювалися причини міжнародних конфліктів, політичні рішення та їхній вплив на суспільство і світову політику. Аналітична частина подавалася у спрощеному форматі, адаптованому під особливості платформи.

Також використовувалися фактологічні і пояснювальні матеріали. Наприклад, на сторінці виходили матеріали про доньку глави КНДР Кім Чен Ина, справу Джеффри Епштейна і найбагатших людей світу. А також пізнавальні добірки, як про нові держави, які утворилися у 21 столітті.

Важливу роль відіграли новини у форматі коротких відео. Їхня унікальність полягала у подачі інформації «від людини до людини», коли ведуча у кадрі простою мовою та емоційно пояснювала складні новини, які мають великий фактаж, як от, наприклад «Ким був Трамп до президентства» чи «Що відомо про життя дружини президента Чехії». Такий підхід було задіяно для того, аби зробити політичний контент більш доступним і цікавим, а також підвищити рівень довіри до медіа.

Складовою жанрової палітри стали елементи інфотейнменту. Це поєднання інформаційного і розважального контенту. На сторінці «orbis.now» це проявляється у заголовках, стилі подачі інформації, монтажі відео і візуальному наповненні.

Для взаємодії з аудиторією також використовувалися інтерактивні жанрові форми на платформі тредс, зокрема опитування, добірки мемів на політичні теми, запитання і короткі дискусійні дописи.

2.4. Зображальний матеріал та особливості оформлення

Візуал відіграє одну із ключових ролей у приверненні уваги аудиторії до сторінки у соцмережах. Саме тому під час розробки ідеї проєкту особлива увага приділялася єдиному стилю оформлення, кольоровій гамі, логотипу, шрифтам і зображальному матеріалу, які чіпляють.

Основним кольором інстаграм-сторінки «orbis.now» є яскравий зелений. Він використовується у логотипі, фоні reels, оформленні stories, шрифтах і в окремих елементах каруселей. Нумерація основних кольорів: #24A307 та #ADDD3F. Зелений колір було вибрано не випадково, адже він асоціюється із планетою, розвитком і легко запам'ятовується, адже виділяється серед інших медіа. Колір став одним із основних елементів впізнаваності сторінки.



Рисунок 2. Вигляд інстаграм-сторінки «orbis.now»

Оформлення сторінки побудоване за принципом чергування різних типів контенту. У стрічці поєднуються рилз із ведучою у кадрі та інформаційні каруселі. Це створює динамічний вигляд профілю і допомагає уникнути одноманітності. Обкладинки дописів містять короткі клікабельні заголовки, які спонукають користувача переглянути новину. Фірмовими шрифтами дописів є «ITC New Baskerville» (для заголовків) і «Poppins» (допоміжний шрифт). Заголовки написані капслоком, а головні і тригерні слова виділені зеленим кольором, аби звернути увагу на важливе. Це дозволяє зробити текст помітним навіть під час швидкого перегляду стрічки інстаграм.



Рисунок 3. Приклад оформлення заголовків

Для обкладинок переважно використовувалися фото, згенеровані штучним інтелектом. Ідея полягала у тому, аби зробити контент більш оригінальним і візуально привабливим. Крім цього згенеровані зображення допомагають передати тематику матеріалу, виділити допис серед інших і сформувані впізнаваний стиль сторінки. Також зверху зліва на зображеннях додано логотип сторінки, аби маркірувати контент.



Рисунок 4. Наповнення і вигляд допису-каруселі

Щодо логотипу, він також виконаний у зеленій кольоровій гамі. На ньому зображена яскрава планета і напис «ORBIS». Це створює асоціацію із чимось глобальним і відповідно із міжнародною тематикою. Візуально логотип нагадує космічний стиль, що підсилює ідею масштабності. Дизайн було обрано простий, аби сторінка легко запам'ятовувалася аудиторії.

Для створення рилз також використовувався єдиний стиль монтажу. Для заднього фону було обрано зелений колір, який підтримує загальну стилістику сторінки. Монтаж роликів був динамічним: застосовувалися швидкі переходи, субтитри, вставки фотографій і відеофрагментів. Такий стиль монтажу відповідає сучасним тенденціям споживання контенту у соціальних мережах і допомагає утримувати увагу аудиторії протягом усього відео.



Рисунок 5. Візуал reels

Для відео використовувалися динамічні фонові композиції без різких

переходів, які не відволікали від основної інформації, але при цьому створювали ритм і підтримували увагу глядачів. Це були фонові мелодії без слів. Музичне оформлення робить відео емоційнішими і краще адаптованими до алгоритмів платформи. Рилз стали не лише форматом подачі інформації, а і важливим інструментом просування сторінки. Алгоритми Instagram активно рекомендують короткі відео користувачам у стрічці рекомендацій, завдяки чому контент може переглядати не лише наявна аудиторія, а й нові користувачі, які раніше не були підписані на сторінку. Це дало змогу збільшити охоплення медіапроєкту, привернути увагу аудиторії і підвищити впізнаваність «orbis.now» серед користувачів соціальної мережі.

«Шапка профілю» оформлена лаконічно і відповідно до тематики сторінки. У ній пояснюється основна концепція проєкту – висвітлення міжнародних новин і подій у простому та доступному форматі. Для цього використовуються короткі фрази: «Світ тут і зараз» і «Коротко про міжнародні новини, тренди і події». Такий опис дозволяє користувачам одразу зрозуміти тематику сторінки та її інформаційне спрямування. У шапці профілю також вказані основні формати контенту: рилз, сториз і дайджести. Для кращого візуального сприйняття використовуються емодзі, які роблять опис менш офіційним.



Рисунок 6. «Шапка профілю»

2.5. Авторська ідея

Ідея медіапроєкту «orbis.now» полягає у тому, аби подати міжнародну політику максимально просто для молоді аудиторії, студентів та активних користувачів соцмереж, які цікавляться політичною ситуацією у світі. Основна мета не лише інформувати користувачів, а й формувати глибше розуміння міжнародного контексту і його вплив на інші країни, зокрема на Україну.

Ідея виникла після спостережень за тим, що молодь нашої країни сприймає міжнародну політику як щось дуже далеке, складне і нецікаве, через що часто втрачає інтерес. Саме тому було вирішено створити проєкт, який продемонструє, що ця тематика може бути динамічною, цікавою і доступною для сприйняття. Для цього було розроблено мультимедійну сторінку, де поєднуються різні формати подачі інформації, зокрема короткі відео «від людини до людини» із живою подачею і каруселі.

«Orbis.now» – це не лише інформаційна інстаграм-сторінка, а й спроба адаптувати міжнародну журналістику до нових медіареалій. А ще можливість відійти від шаблонного уявлення про політику як про щось надто серйозне і недоступне для широкої аудиторії. Тому кожен допис створювався з думкою про те, як зацікавити людину, яка зазвичай не цікавиться міжнародними подіями і політикою, але активно користується соцмережами, зокрема інстаграм і тредс.

Важливою частиною творчого задуму стало і створення впізнаваного візуального стилю. Зелена кольорова гама, фірмові шрифти, динамічний монтаж рилз та використання зображень, згенерованих штучним інтелектом, формують цілісний образ проєкту. Це створює впізнаваний продукт, який виділяється серед подібних сторінок.

Авторська ідея ґрунтується на бажанні зробити міжнародну політику

ближчою і зрозумілішою для молоді, показати, що світові події стосуються кожного і можуть бути цікавими без складної термінології й офіційної подачі. У «orbis.now» міжнародна журналістика – це не лише про політиків і конфлікти, а насамперед про людей, сучасний світ і події, які впливають на наше життя.

2.6. Особливості аудиторії

Передусім медіапроект створений для української аудиторії. Цільова аудиторія – молоді люди, які активно користуються соціальними мережами і прагнуть дізнаватися щось нове. Проект орієнтований насамперед на аудиторію віком від 18 до 24 років. Саме ця категорія є найактивнішою серед підписників сторінки.



Рисунок 7. Статистика віку аудиторії сторінки «orbis.now»

За даними статистики, слідкувачі віком 18-24 роки становлять 51,2% усієї аудиторії. Також значну частину складають користувачі віком 25-34 роки – 20,7%, та аудиторія 35-44 роки – 14,1%. Це свідчить про те, що контент сторінки цікавий не лише студентам і молоді, а й старшим користувачам, які шукають короткий і доступний формат міжнародних новин.

Серед підписників переважають жінки (85%), хоча контент сторінки не

має конкретної гендерної прив'язки й орієнтований на широке коло користувачів.

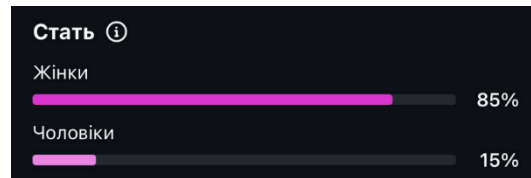


Рисунок 8. Гендерна структура аудиторії

Територіально медіапроект розрохований на українську аудиторію, однак міжнародна тематика дозволяє залучати користувачів, які перебувають за кордоном, зокрема біженців з України.

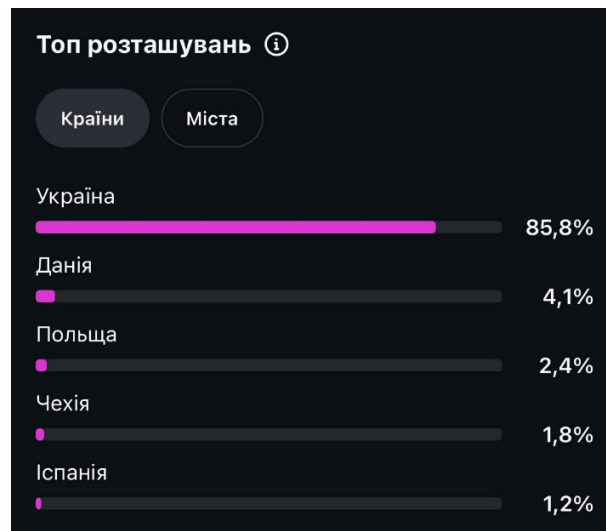


Рисунок 9. Розподіл аудиторії за країнами

Молодь прагне швидкого споживання інформації, тому короткі рилз, каруселі і сториз дозволяють легко сприймати навіть складні міжнародні теми. Аудиторія також потребує емоційної і «живої» подачі контенту, саме тому однією із головних особливостей проекту є короткі відео.

Для залучення нової аудиторії використовуються заклики до взаємодії під Постоми, наприклад «подробиці читайте у дописі на сторінці @orbis.now» і просування сторінки через Threads. Особливо активну реакцію викликають теми, пов'язані зі світовими лідерами, міжнародними конфліктами і

шокуючими фактами про країни та політиків. Такий формат сприяє активному обговоренню контенту серед користувачів.

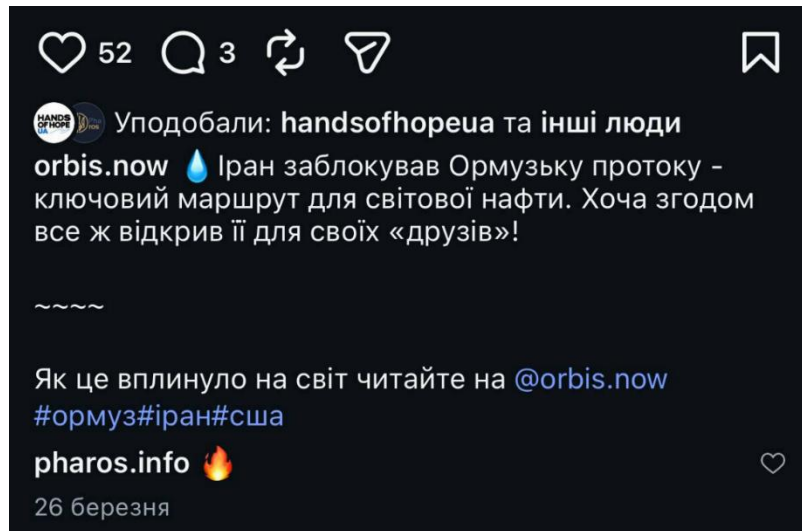


Рисунок 10. Приклад заклику до взаємодії

Одним із основних інструментів просування стали рилз, оскільки алгоритми Instagram активно рекомендують короткі відео новим користувачам. Додатково контент поширюється через Threads, де публікуються короткі дискусійні дописи. Це дозволяє залучати нову аудиторію і формувати навколо проєкту активне ком'юніті.



Рисунок 11. Приклад взаємодії з аудиторією у Threads

Для аналізу ефективності просування використовуються внутрішні

метрики інстаграм, які дозволяють оцінити охоплення, активність аудиторії та популярність окремих форматів контенту. Аналіз статистики допомагає визначити, які теми та формати викликають найбільший інтерес серед підписників і сприяють збільшенню охоплення.

У перспективі медіапроект «orbis.now» має можливість розширення аудиторії через активніше використання Threads, кроспостинг контенту на інші платформи, співпрацю з блогерами та студентськими медіа, а також створення інтерактивних форматів для підписників.

РОЗДІЛ III

ТЕХНІЧНІ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ

Під час створення і наповнення мультимедійної інстаграм-сторінки «orbis.now» були використані різноманітні технічні і програмні засоби. Для того, аби проєкт зацікавлював аудиторію важливими стали не лише якість контенту та актуальність тем, а й візуальна цілісність, а також адаптація матеріалів під платформу.

Проєкт зокрема складається із дописів-каруселей і відео у форматі рилз. Так, для створення візуального оформлення дописів використовувався графічний редактор Canva. Там було розроблено візуальне зображення, а саме заголовок, і три основні шаблони оформлення фото, які адаптувалися під матеріал. Використання єдиної стилістики дозволило сформувати впізнаваний візуальний стиль сторінки і забезпечити цілісність стрічки профілю.

Особлива увага приділялася титульним зображенням дописів. Для їх створення застосовувалися інструменти штучного інтелекту Gemini. Генерація відбувалася шляхом створення текстових запитів (промпт), у яких описувалася бажана композиція, якість, кольорова гама та розміри зображення. Це дозволило створити унікальні ілюстрації для дописів, які одразу ж передають ідею матеріалу і привертають увагу користувачів, адже вони не є шаблонними.

Пошук фото для каруселей здійснювався переважно через Google Images, але окремі зображення було взято в Інстаграмі у зв'язку із тематикою новини. Візуальні елементи використовувалися для підсилення інформаційного повідомлення і кращого сприйняття інформації читачами, адже завдяки фото вони можуть уявити про що або про кого йдеться у матеріалі.

Тексти для дописів і сценаріїв відео попередньо створювалися і

редагувалися у текстовому редакторі Microsoft Word. Це дозволяло легко структурувати інформацію, перевіряти логічність написання і адаптувати тексти під потрібний формат.

Окрім дописів на сторінці також є reels, які вважаються одним із найефективніших інструментів для просування в Інстаграмі, не враховуючи таргет. Зйомка відеоматеріалів здійснювалася на смартфон Iphone 16 Pro Max. Для покращення якості і чистоти звуку використовувалися петличні мікрофони Hollyland. Це впливає на сприйняття інформації у відео, особливо у контенті інформаційно-аналітичного характеру.

Монтаж відео здійснювався у мобільному застосунку CapCut, який дозволяє швидко адаптовувати контент під соціальні мережі, додавати субтитри, фото, відео, переходи, анімації, фонову музику і різноманітні візуальні ефекти. Фонова музика підбиралася безпосередньо у бібліотеці застосунку, враховуючи настрій, темп і тематику відео.

Для динамічності та утримання уваги аудиторії у відео активно використовувалися фото- і відеовставки. Відеофрагменти були взяті переважно на платформах YouTube і TikTok, тоді як фото у Google Images та Instagram. Вставки було додано для того, аби матеріал простіше сприймався глядачами і ті могли не лише почути, а й побачити про що розповідає ведуча у кадрі. Окрім цього, у відеоматеріалах як вставки використовувалися GIF-анімації, які було завантажено на платформі GIPHY. Вони допомагали зробити відео більш яскравим і цікавим, а ще підкреслити і наголосити на окремих моментах і до того ж посилити взаємодію із молодіжною аудиторією. Деякі відео містили згенеровані штучним інтелектом вставки для урізноманітнення контенту, створені за допомогою застосунку Grok. Також у такий спосіб можна згенерувати відео, яких немає у відкритому доступі, але про них ідеться у самому матеріалі.

Історії створювалися як у Canva, так і безпосередньо в самому застосунку інстаграм, коли потрібно було терміново опублікувати подієву інформацію. Пошук тем для матеріалів здійснювався завдяки моніторингу українських і зарубіжних медіа. Водночас частина тем була сформована самостійно, як от ким був Трамп до президентства, або як змінилась політика європейських країн щодо українських біженців.

Аби аналізувати прогрес просування сторінки, акаунт було переведено у статус бізнес-акаунту, що допомагає відстежувати охоплення сторінки, перегляди постів та сториз, взаємодію аудиторії з контентом і її характеристику.

ВИСНОВКИ

У бакалаврській роботі на тему «Популярно про міжнародну політику: створення та наповнення мультимедійної тематичної інстаграм-сторінки» було порушено теми актуальності висвітлення міжнародної політики у медіа, зокрема пошук нових форматів і контенту у соціальних мережах, таких як Instagram і Threads, для залучення більшої кількості читачів, популяризації новоствореної сторінки «orbis.now» та підвищення зацікавленості інтернет-спільноти до міжнародних актуальних подій.

Сьогодні міжнародні новини напряму пов'язані з подіями в Україні, що викликає великий інтерес і резонанс у споживачів. Водночас складність подачі інформації знижує рівень популярності теми міжнародної політики серед молоді.

У ході виконання бакалаврської роботи було проаналізовано теоретичні засади міжнародної журналістики, особливості висвітлення міжнародної політики у медіа і соціальних мережах. Як показують реалії сьогодення, складна термінологія, яка часто застосовується у висвітленні новин, англіцизми, використання застарілих форматів подачі інформації, а також ігнорування алгоритмів соціальних платформ знижують рівень зацікавленості аудиторії.

Часто журналісти у підготовці матеріалів використовують застарілі форми подачі інформації, дизайнерські підходи в оформленні, які не привертають увагу, складні синтаксичні конструкції і перенасичують тексти важкими для сприйняття словами, які незрозумілі пересічному читачу.

Під час дослідження сучасних форматів подання новин у соціальних мережах у межах власного медіапроєкту були використані короткі відео у форматі рилз, каруселі, сториз, слайд-пости, ведуча в кадрі, інфографіка, проста мова і візуальний стиль, адаптовані до молоді аудиторії. Такі формати

як коротка тривалість контенту, перевага відео, мобільна адаптація, інтерактивність та емоційна подача сприяють залученню аудиторії і швидкому споживанню інформації.

Окрім теоретичної складової роботи, де були досліджені не лише концепції розвитку міжнародної політики та соціальних мереж, а й вказані поширені помилки у обтяженні подачі міжнародних новин на популярних інформаційних платформах, значну увагу приділено розробці мультимедійного інстаграм-проєкту «orbis.now».

Під час формування сторінки було проаналізовано основні алгоритми соціальної мережі «Інстаграм». Значна увага приділялася наповненню стрічки актуальними міжнародними новинами, які можуть зацікавити широке коло читачів. Використовувалися рилз, сториз, сучасне поєднання кольорів, шрифтів, якісних фото, відео, слайдів і ведучої в кадрі для підвищення впізнаваності сторінки.

Головними завданнями проєкту є утримання уваги аудиторії через легку подачу інформації, використання динамічного монтажу, сильних заголовків та оперативності. Застосовувалися інформативні каруселі, де коротко пояснювалися складні теми. Такі формати подачі міжнародних політичних новин викликають емоції і бажання запититися, а не гортати стрічку далі.

Алгоритми інстаграм дедалі більше орієнтуються на якісний, цікавий, легкий контент, що повністю відповідає концепції сторінки у межах практичної частини бакалаврської роботи. Для популяризації проєкту контент також поширювався у тредс, який відомий своїми дискусіями між «простими» людьми.

Складовою жанрової палітри проєкту стали елементи інфотейнменту. Це

поєднання інформаційного і розважального контенту. На сторінці «orbis.now» це проявляється у заголовках, стилі подачі, монтажі відео і візуальному оформленні.

Працюючи над медіапроектom, велика увага приділялася цільовій аудиторії та її інформаційним потребам. Основною аудиторією інстаграм є молодь, тому новини подавалися швидко, візуально та емоційно.

Всім відомо, що молодь рідко читає довгі тексти, надаючи перевагу коротким відео, яскравому візуалу і простим поясненням. Тому перевага надавалася вертикальним відео, коротким текстам і розмовному стилю. Міжнародні новини подавалися конструктивно та з індивідуальним підходом до кожної теми, із використанням фонові сучасної музики, інстаграм-трендів, що підвищує зацікавленість молоді аудиторії.

Сучасна молодь хоче не лише отримувати новини, а й швидко розуміти їх зміст, відчувати емоційний зв'язок із контентом. Саме це реалізовано у медіапроекті «orbis.now».

У ході дослідження також були виявлені і проблемні питання, що зменшують зацікавленість міжнародними новинами серед читачів. Це надмірна складність подачі інформації, використанням спеціалізованої термінології та англіцизмів, перевантаження фактами і деталями, а ще недостатня адаптація контенту до цифрових платформ.

Через складний підхід подачі новин читачу важко розібратися у події, проаналізувати її, зрозуміти значення і вплив на власне життя. Та і взагалі чому він має це читати. Особливо це актуально у соціальних мережах, де користувачі очікують на короткий і легкий контент.

Серед інших проблем: відсутність емоційного зв'язку з аудиторією,

надмірно офіційний стиль, недостатнє використання візуальних форматів та ігнорування алгоритмів соціальних мереж. Це може призводити до зниження довіри до джерел інформації та відсутності персоналізації контенту.

Отже, за результатами роботи сформовано такі рекомендації: при подачі новин в інстаграм доцільно використовувати різні формати, активно застосовувати рилз, каруселі та сториз, приділяти увагу сучасному дизайну і візуальному оформленню, впроваджувати інтерактивні формати, залучати аудиторію через опитування і коментарі, візуалізувати контент за допомогою інфографіки і слайдів, а також адаптувати проєкт під молодіжну аудиторію.

Таким чином, усі завдання, визначені в роботі, були виконані. У ході дослідження вдалося не лише проаналізувати сучасні тенденції висвітлення міжнародних новин у медіа та соціальних мережах, а й на практиці довести, що складні теми міжнародної політики можна подавати доступно, цікаво і залучати аудиторію до їх активного споживання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. BBC News Україна. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ov69Gnj6VLs> (дата звернення: 06.05.2026).
2. Blitz.if.ua. Українці найбільше читають новини у Telegram, а найбільше не довіряють телемарафону. Дослідження. URL: <https://blitz.if.ua/%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%BD%D0%B0/ukraintsi-naybilshe-chitayut-novini-u-telegram-a-naybilshe-ne-doviryayut-telemarafonu-doslidzhennya> (дата звернення: 04.05.2026).
3. Doslidnyky.com. URL: <https://doslidnyky.com/node/126> (дата звернення: 09.05.2026).
4. Fox News. URL: https://www.foxnews.com/politics/trump-reads-bible-thousands-pack-national-mall-america-250-prayer-rally?utm_source=copilot.com (дата звернення: 17.05.2026).
5. GoIT Global. URL: <https://goit.global/ua/articles/yak-zrobyty-reels-v-instagram-instruktsiia-ta-layfkhaky/> (дата звернення: 09.05.2026).
6. Morgenthau H. J. Politics Among Nations: The Struggle for Power and Peace. New York : McGraw-Hill, 2005.
7. Instagram. URL: <https://www.instagram.com/reels/DExLMjZzfdv/> (дата звернення: 07.05.2026).
8. Waltz K. N. Theory of International Politics. Reading, MA : Addison-Wesley, 1979.
9. Webpromo. Ефект фреймінгу у маркетингу: як спосіб подачі інформації впливає на рішення щодо покупки? URL: <https://web-promo.ua/> (дата звернення: 09.05.2026).
10. Wendt A. Social Theory of International Politics. Cambridge : Cambridge University Press, 1999.

11. Варош. URL: <https://varosh.com.ua/biznes/yak-vesty-instagram-stylno-j-efektyvno-15-porad-vid-oleny-yaremy-kati-bryzhan-i-kristiny-poludennoyi/> (дата звернення: 09.05.2026).
12. Гондюл В. П., Рижков М. М., Андрєєва О. М. Вступ до спеціальності «Міжнародна інформація» : підручник. Київ : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 383с.
13. Кеохейн Р. О. After Hegemony. Princeton : Princeton University Press, 1984.
14. Коростень Медіа. URL: <https://korostenmedia.news/> (дата звернення: 17.05.2026).
15. Най Дж. Soft Power. New York : PublicAffairs, 2004.
16. Ноам Хомський, Герман Е. Виробництво згоди: Політична економія мас-медіа, 1998.
17. Ткач Д. І. Міжнародна журналістика в системі засобів масової комунікації: навчально-методичний посібник.
18. Textum. URL: <https://textum.com.ua/blog/karusel-v-instagram-12-idej-dlya-prosuvannya-biznesu-ta-pokrokovaya-instrukciya-stvorenniya/> (дата звернення: 09.05.2026).
- 19.Набруско В. І. Громадська думка як предмет політосоціологічного дослідження. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1850> (дата звернення: 06.05.2026).
- 20.Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/> (дата звернення: 06.05.2026).
21. УНІАН. URL: <https://www.unian.ua/economics/energetics/komunalni-tarifi-cogorich-zrostut-cini-na-svitlo-i-gaz-zayaviv-volodimir-omelchenko-13341609.html> (дата звернення: 07.05.2026).

22. Шинкар Т. С., Левченко Т. М., Чубань Т. В. Функціонування англіцизмів у мові сучасних українських масмедіа: лінгвоекотологічний аспект.
23. Щедрова Г. П. Детермінанти впливу мас-медіа на формування міжнародної політики. URL: https://app.nuoua.od.ua/archive/60_2017/13.pdf (дата звернення: 08.05.2026).
24. Діпломат у медіа. Для чого посольству потрібні комунікації зі ЗМІ / Інеса Блозовська. URL: <https://www.deadline.com.ua/blog/yak-publ-kac-zm-spriyayut-ukr-plennyu-m-zhnarodnih-v-dnosin> (дата звернення: 09.05.2026).

ДОКУМЕНТАЦІЯ

Тексти авторських публікацій (3 приклади):

1) Як змінюється політика Європи щодо українських біженців?

ЄС визначив дату завершення тимчасового захисту для українців — 4 березня 2027 року. Після цього кожна країна самостійно вирішуватиме, чи інтегрувати українців, чи стимулювати їхнє повернення додому.

Новий вектор. Європейська політика поступово змінюється від масштабної підтримки біженців до заохочення повернення в Україну. Країни ЄС розробляють програми, які пропонують фінансову допомогу тим, хто вирішить повернутися. Це стратегічний крок, спрямований на розвантаження соціальних систем.

Ірландія. Уряд готує згортання програми державного розміщення для близько 16 тисяч українців. Про це заявив міністр міграції Колм Брофі, пише The Times. Ті, хто погодяться повернутися в Україну отримують фінансову підтримку до 2 500 євро на людину або до 10 000 євро на сім'ю. Норвегія зберігає більш лояльний підхід, але також робить акцент на добровільному поверненні. Тут діє програма, яка передбачає виплати близько 1500-1700 євро на особу. Важливою умовою є остаточний виїзд із країни: у разі повернення гроші доведеться відшкодувати.

Швейцарія застосовує гнучку систему: сума допомоги залежить від швидкості ухвалення рішення. Українці можуть отримати від 1100 до 4400 євро, причому найбільші виплати доступні тим, хто вирішує виїхати раніше. Чехія покриває витрати на дорогу, забезпечує медичний супровід і надає невелику фінансову допомогу на перший час приблизно 200-400 євро. Водночас скористатися цією можливістю можна лише один раз.

Програми AVRР. Програми добровільного повернення та реінтеграції

(AVRR) стають ключовим інструментом нової політики. Вони залишатимуться доступними щонайменше до 2028 року і фінансуються як окремими державами, так і ЄС. Головний принцип — добровільність: люди самі вирішують, коли і чи повертатися.

Опис під постом:

Українські біженці в ЄС можуть отримати фінансову допомогу за добровільне повернення додому! Як діють програми повернення читайте на [@orbis.now](#) #біженці#виплати#європа

Промт для ілюстрації:

A highly realistic, emotional scene showing the shift in European policy toward Ukrainian refugees. A large European train station or airport terminal divided visually into two contrasting halves: on one side, warm tones, volunteers helping Ukrainian families with luggage, children holding small Ukrainian flags, symbolizing past support and temporary protection. On the other side, colder tones, officials in uniforms handing out documents labeled “Return Program” or “Financial Assistance,” with subtle EU flags in the background. A digital board shows a date: March 4, 2027. Some refugees look uncertain, holding envelopes with money, others looking back with mixed emotions. Include symbolic elements like suitcases, documents, and transportation (bus or airplane in the background). Atmosphere is cinematic, dramatic lighting, ultra-detailed faces, realistic textures, photojournalistic style, 8k resolution, depth of field.

2) Петер Мадяр: що відомо про майбутнього прем'єра Угорщини

12 квітня в Угорщині відбулися парламентські вибори з рекордною явкою 79,5%. У результаті прем'єр-міністр Віктор Орбан визнав поразку після 16 років при владі. А перемогу здобула партія «Гіса» на чолі з Петером Мадяром.

Петер Мадяр — колишній представник владної системи, який довгий час

був пов'язаний з оточенням Орбана. Після конфлікту він перейшов в опозицію та почав відкрито критикувати владу за корупцію й авторитарні тенденції. Його популярність швидко зросла на тлі суспільного невдоволення.

Зміни для Угорщини. У своїй переможній промові Мадяр заявив про намір відновити співпрацю з ЄС і НАТО. А ще анонсував свій перший візит до Польщі. Також, за словами фінансового менеджера партії «Тиса», новий уряд створить умови для введення євро протягом чотирьох років, пише RTL Híradó.

Позиція щодо війни РФ проти України. Щодо війни Мадяр зайняв стримано-прагматичну позицію. Він заявив, що Україну не можна змушувати до територіальних поступок, а Росія є загрозою для безпеки Європи. Також він наголосив, що не буде «другом Путіна».

Мадяр дав зрозуміти, що не блокуватиме європейську допомогу Україні, зокрема кредит на 90 млрд євро. Однак він не підтримує участь Угорщини у фінансуванні таких програм. Політик також виступає проти прискореного вступу України до ЄС, називаючи цей процес складним і тривалим.

Опис під постом:

Яку позицію займає лідер партії «Тиса», яка перемогла на виборах в Угорщині 12 квітня? Читайте деталі на [@orbis.now](#) #угорщина#мадяр#орбан

3) Ізраїль і США атакували Іран

28 лютого Ізраїль разом із США завдали серії ударів по Ірану, зокрема по Тегерану, Ісфахану, Кереджі і Керманшаху. Це продовження кампанії, що фактично триває з червня 2025 року. В Ізраїлі заявили про превентивний характер операції.

Причина загострення. Трамп заявив, що причиною операції став провал останніх переговорів щодо ядерної угоди, а також поведінка Ірану за останні кілька десятиліть. А ще звинуватив Тегеран у фінансуванні та підготовці

бойовиків у Сирії, Лівані й Іраку й у підтримці ХАМАС. За його словами, Тегеран становить пряму небезпеку для США.

За даними ЦАХАЛ, Повітряні сили Ізраїлю здійснили наймасштабнішу атаку у їхній історії: близько 200 винищувачів атакували біля 500 цілей, знищуючи системи ППО і ракетні установки. Операція отримала назву «Рев лева» і, за даними ізраїльських медіа, планувалася місяцями.

У відповідь Іран запустив хвилю ракет і дронів по Ізраїлю та американських військових базах у регіоні. Вибухи пролунали не лише в Ізраїлі, а й у Бахреїні, Об'єднаних Арабських Еміратах, Кувейті та Саудівській Аравії. Як повідомляє The Times of Israel, було випущено близько 35 балістичних ракет.

З'явилися повідомлення про можливу загибель верховного лідера Ірану Алі Хаменеї. Ізраїльські джерела припускають, що він міг бути ліквідований, однак Тегеран це заперечує. Також повідомляється про загибель двох високопоставлених іранських командирів.

Трамп може закінчити атаку проти Ірану. Президент США Дональд Трамп заявив виданню Axios, що може продовжувати операцію, а може і закінчити її через 2-3 дні. Президентка Європейської комісії Урсула фон дер Ляєн на тлі ситуації на Близькому Сході оголосила про скликання спеціальної колегії з безпеки. Зустріч призначена на 2 березня.

Опис під постом:

⚡ 28 лютого Ізраїль за підтримки США розпочав масовану атаку на Іран. При цьому Іран почав бити у відповідь по Ізраїлю і базах США у регіоні. Але яка ж причина різкого загострення конфлікту? Що відбувається на Близькому Сході читайте у дописі і підписуйтесь на @orbis.now

Промт до ілюстрації:

Dark cinematic newsroom, huge digital war map of Middle East on giant screen,

Iran highlighted in red, Israel visible on the map, military command center atmosphere, silhouettes of people watching screens, missile strikes outside window at night, dramatic lighting, realistic телевізійний стиль, breaking news aesthetic, ultra realistic, high contrast, tense geopolitical atmosphere, modern TV studio, shallow depth of field, documentary style, green and white typography, Instagram news post design, 4k.

Сценарії для коротких відео (3 приклади)

1) Бачили цього чоловіка, який буквально запалює танцпол? (монтаж: відео)

І ні, це не професійний танцюрист, а новий міністр охорони здоров'я Угорщини Жолт Гегедюш. І його танці вже вдруге розривають мережу. Вперше про нього заговорили після перемоги партії «Тиса» на парламентських виборах. (монтаж: кадри святкування перемоги на виборах) Тоді Гегедюш настільки зрадив результатам, що не стримався і почав танцювати прямо під час святкування. (вставка відео 1) Тепер, уже після призначення міністром у новому уряді Петера Мадяра, (монтаж: кадри Петера Мадяра після перемоги) політик знову повторив свій знаменитий танець на сходах парламенту Угорщини. Тільки от цього разу до нього вже приєдналися і інші члени уряду. (монтаж: відео 2) А як вам цей танцюючий політик?

Відео 1: <https://youtube.com/shorts/ZI4mnKPigG0?si=A7KRrmruBFGZ4rAb>

Петер Мадяр: <https://vt.tiktok.com/ZSxm6kJ96/>

Вибори: <https://youtube.com/shorts/ypQ94Xp7zZk?si=5wTs5x2CzuPzpKEv>

Відео 2: https://t.me/channel24_ua/214447

2) У Трампа знову стріляли?

Під час прийому Асоціації кореспондентів при Білому домі пролунали постріли. У залі були Дональд Трамп, віцепрезидент Джей Ді Венс, перша леді Меланія і сотні гостей. (відео із прийому) Після перших пострілів учасники

вечері сховалися під столами. Секретна служба зреагувала миттєво, всіх високопосадовців евакуювали. (відео) Одного із охоронців було поранено, його стан стабільний. Підозрюваного затримали. За даними поліції, він був гостем готелю (Washington Hilton) де проходила вечеря. Чоловік був озброєний рушницею, пістолетом і кількома ножами. Його мотив не відомий. (відео підозрюваного) Як пишуть ЗМІ, ідеться про 31-річного Коула Томаса Аллена родом із Торренса. (фото) Сам Трамп пізніше подякував охороні за швидку реакцію і назвав підозрюваного "дуже психічно хворою людиною". (вставка відео із Трампом) До речі, сам захід перенесли на місяць.

3) Якими літаками користуються президенти?

Для офіційних поїздок Володимир Зеленський літає на Airbus A319 CJ (ейрбас а 319 сі джей). На борту є напис «Україна» і малий державний герб. Літак має світлий салон, який у 2023-му році оновила Литовська компанія. (монтаж: J&C AERO) Сам борт виготовили ще у 2007 році за президентства Ющенка, однак активно використовувати почали вже за Януковича. У 2025 році Дональд Трамп отримав у подарунок від Катару Boeing 747-8(боїнг 747-8), який охрестили «літаючим палацом». Його орієнтовна вартість близько 400 мільйонів доларів. У середині - дві палуби, кілька салонів, офіс, дві спальні, ванні кімнати, кухні і дев'ять туалетів. Окрім цього президент США користується Air Force One Boeing VC-25A (ейр форс уан, боїнг ві сі 25-а) - справжнім «Білим домом у небі», а також приватним літаком Trump Force One Boeing 757. (трамп форс уан боїнг 757) А от президент Франції Еммануель Макрон пересувається на Airbus A330-200 (ейрбас а 330-200). Фактично це повноцінний повітряний командний пункт зі спальнями, конференц-залами і захищеним спецзв'язком для управління країною на відстані. Літак оснащений системами захисту від ракет і був модернізований у 2010 році, що коштувало бюджету країни близько 260 млн євро.

Україна:

https://24tv.ua/na_chomu_litaye_volodimir_zelenskiy_foto_prezidentskogo_flo_tu_n1164649

https://radiotrek.rv.ua/news/u-prezidentskomu-litaku-zelenskogo-zrobili-masshtabniy-remont-i-vstanovlyat-novu-rozvazhalnu-sistemu-foto_315112.html

США:

<https://suspihne.media/amp/1023533-ssa-oficijno-prijnali-elitnij-litak-vid-kataru-dla-trampa/>

<https://chas.news/current/litayuchii-palats-za-400-mln-interer-litaka-dlya-trampa-spravdi-vrazhae-foto>

Франція:

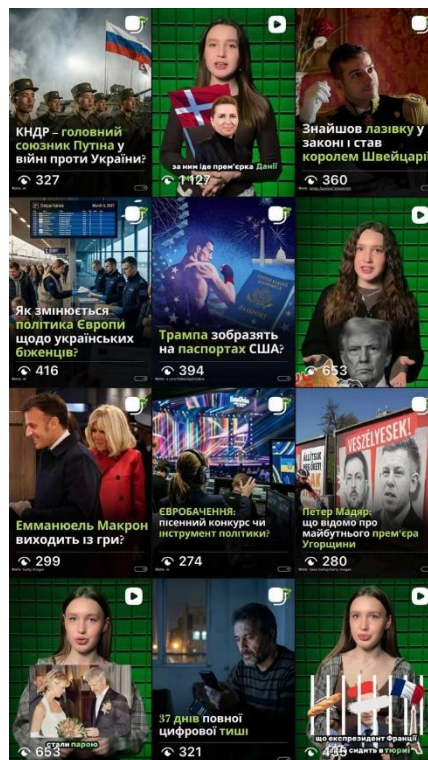
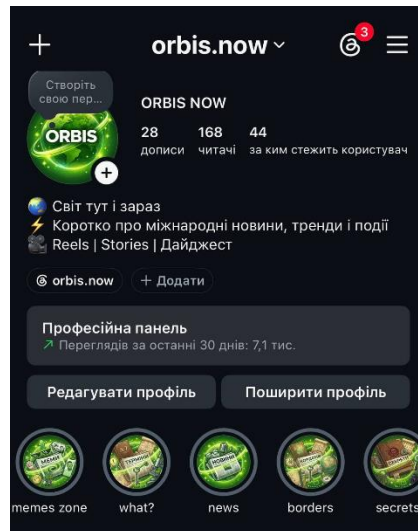
<https://share.google/I5vGPIEqiLocLzmZS> https://weuaplus.tv/news/top/litaki-prezidentiv-na-chomu-litajut-svitovi-lideri-ta-jaki-voni-majut-mozhливosti.html?utm_source=copilot.com

Дописи у Threads (4 приклади)

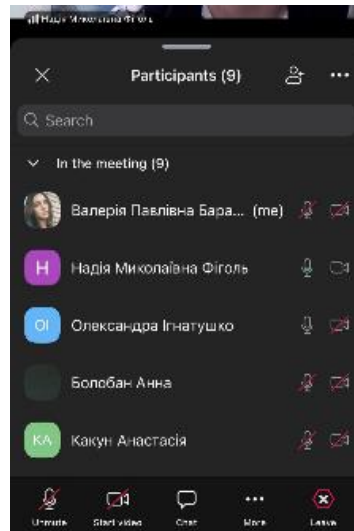
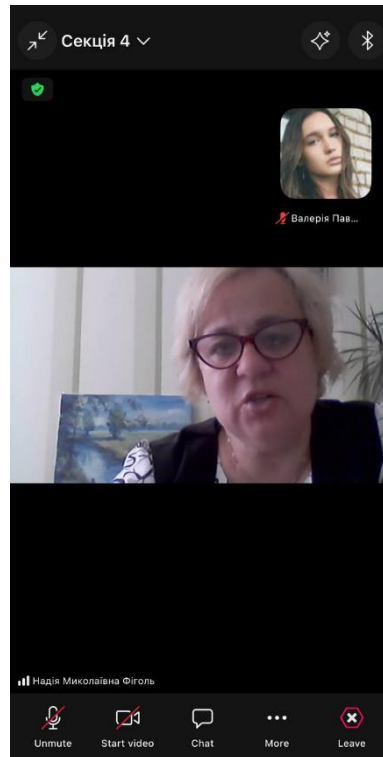
- 1) Цікавий факт: за понад 25 років при владі Путін жодного разу не взяв участі у повноцінних теледебатах із реальними опонентами.
- 2) А чи знали ви, що Північна Корея виробляє настільки мало електроенергії, що її практично не видно з космосу?
- 3) Кім Чен Ін призначив 13-річну доньку головною з ядерної зброї !! Як вам таке? Тим часом рф заявляє, що Франція і Великобританія планують таємно передати Україні ядерну бомбу.
- 4) ☹️ Війна в Ірані спричинила стрибок світових цін на каву! У першу чергу конфлікт впливає на логістику, зокрема виникають затримки, а тарифи на доставку ростуть. !!Якщо ситуація залишатиметься напруженою, ціни на каву лише зростатимуть.

ДОДАТКИ

Додаток А. Формат проєкту в інстаграм



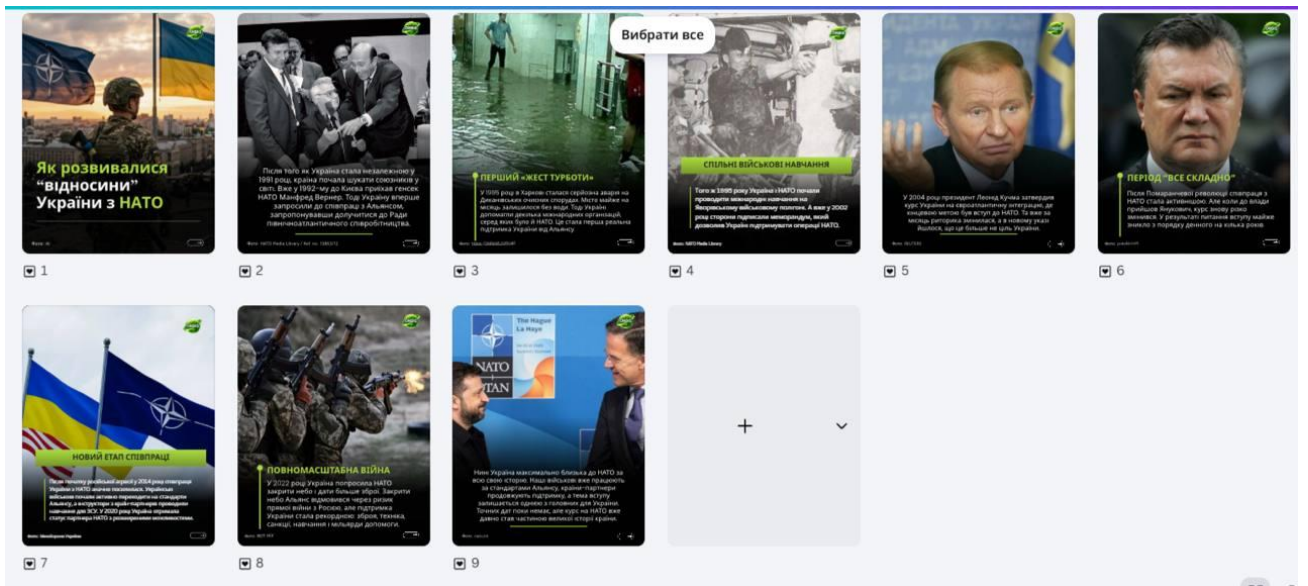
Додаток Б. Підтвердження апробації бакалаврської роботи



Додаток В. Сторінка у Threads



Додаток Г. Формат дизайну постів у форматі каруселей



АНОТАЦІЯ

Барановська В. П. Популярно про міжнародну політику: створення та наповнення мультимедійної тематичної інстаграм-сторінки.

Ключові слова: масмедіа, міжнародна журналістика, міжнародна політика, соціальні мережі, світові новини, інстаграм, медіапроект, медіа, цифровізація, медійні формати.

Зі стрімким розвитком інтернету, постійним потоком свіжої інформації, появою різних медіаплатформ перед журналістами і редакціями щоденно постають нові завдання, викликані сучасними тенденціями цифровізації та своєрідною «боротьбою» за кожного користувача. Це вимагає осучаснення подачі інформації, створення цікавого контенту з використанням популярних соціальних мереж, сториз, рилз, каруселей та інтерактивів. Медіапроект в інстаграм є спробою привернути нове коло читачів до міжнародної політики у форматі цікавої та короткої подачі інформації.

Інформаційна сторінка «orbis.now» — це сучасна платформа про актуальні міжнародні події у світі, тренди і новини у короткому форматі. Сторінка та новини подаються в одному стилі, єдиній кольоровій палітрі, за однаковими алгоритмами та впізнаваними форматами, з якісними відео і світлинами, сучасним монтажем, що робить канал популярним у соціальних мережах.

Інстаграм обрано як основну платформу для публікації завдяки її зручності, популярності серед молоді та потенціалу для міжнародної комунікації.

Медіапроект «orbis.now» демонструє ефективність нових форматів висвітлення інформації про міжнародні події з поєднанням візуального стилю, єдиної композиції, сучасного оформлення та естетичної атмосфери.

Загалом інстаграм-сторінка «orbis.now» демонструє своєрідний стиль

цифрової комунікації з грамотно поданими міжнародними новинами у цікавому оригінальному форматі, що формує інтерес до міжнародної політики.

Baranovska V. P. Popularly about international politics: creation and content development of a multimedia thematic Instagram page.

Keywords: mass media, international journalism, international politics, social networks, world news, Instagram, media project, media, digitalization, media formats.

With the rapid development of the Internet, the constant flow of fresh information, and the emergence of various media platforms, journalists and editorial offices face new challenges every day driven by modern digitalization trends and a kind of «struggle» for each user. This requires modernizing the presentation of information and creating engaging content using popular social networks, stories, reels, carousels, and interactive formats. The Instagram media project is an attempt to attract a new circle of readers to international politics through an interesting and concise format of information presentation.

The informational page «orbis.now» is a modern platform covering current international events, trends, and news in a short format. The page and its news content are presented in a unified style, with a consistent color palette, similar algorithms, recognizable formats, high-quality videos and photographs, and modern editing techniques, which makes the channel popular on social media.

Instagram was chosen as the main publishing platform due to its convenience, popularity among young people, and potential for international communication.

The media project «orbis.now» demonstrates the effectiveness of new formats for covering international events through the combination of visual style, unified composition, modern design, and aesthetic atmosphere.

Overall, the Instagram page «orbis.now» represents a distinctive style of digital

communication with professionally presented international news in an interesting and original format that fosters interest in international politics.