

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Факультет журналістики
Кафедра міжнародної журналістики

БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**СУЧАСНА СВІТОВА ЛІТЕРАТУРА ЯК ГЛОБАЛЬНИЙ КУЛЬТУРНИЙ
ФЕНОМЕН: СТВОРЕННЯ ІНСТАГРАМ-ПРОЄКТУ «THE WORLD
READS»**

Студентки 4 курсу,
групи МЖ62-22-4.0д
СВО бакалавра
галузі знань 06 Журналістика
спеціальності 061 Журналістика
освітньої програми 061.00.05 Міжнародна
журналістика
Тетери Валерії Романівни

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

(підпис студента) (ініціали, прізвище)

Науковий керівник: Мураховський Д.А., викладач
кафедри міжнародної журналістики

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Допускаю до захисту перед ЕК

_____ В.І. Терещук

завідувач кафедри
міжнародної журналістики

Голова комісії

(підпис)

(ініціали, прізвище)

Члени комісії

(підпис)

(ініціали, прізвище)

(підпис)

(ініціали, прізвище)

(підпис)

(ініціали, прізвище)

м. Київ – 2026 рік

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ I ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ	7
РОЗДІЛ II СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ	13
2.1. Обґрунтування інформаційного проєкту	13
2.2. Структура проєкту	17
2.3. Жанрова палітра	19
2.4. Зображальний матеріал та особливості оформлення	20
2.5. Авторська ідея	23
2.6. Особливості аудиторії	25
РОЗДІЛ III ТЕХНІЧНІ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ	28
ВИСНОВКИ	31
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	34
ДОКУМЕНТАЦІЯ	36
ДОДАТКИ	39
АНОТАЦІЯ	40
ANNOTATION	41

ВСТУП

Актуальність вибору теми. У сучасному світі література залишається важливим елементом культурного життя суспільства, проте способи її поширення та споживання суттєво змінилися під впливом цифрових технологій. Соціальні мережі стали одним із головних каналів комунікації між авторами, видавництвами та читачами, а також платформою для формування нових літературних трендів. Сьогодні знайомство з книжками дедалі частіше відбувається не через традиційні медіа чи книгарні, а через контент у соціальних мережах, де користувачі діляться враженнями від прочитаного, публікують рецензії, рекомендації та тематичні добірки.

Особливий вплив на популяризацію читання мають міжнародні книжкові спільноти BookTok та Bookstagram. Вони об'єднують мільйони користувачів із різних країн та безпосередньо впливають на читацькі вподобання, книжкові продажі й популярність авторів. За даними TikTok та NielsenIQ BookData [1], лише в країнах Європи завдяки впливу BookTok було продано понад 50 мільйонів книжок. Це свідчить про те, що соціальні мережі сьогодні є не лише інструментом комунікації, а й важливим чинником розвитку сучасного книжкового ринку.

Актуальність теми зумовлена також тим, що сучасна література дедалі більше функціонує як глобальний культурний феномен. Завдяки перекладам, міжнародним літературним преміям, книжковим фестивалям, екранізаціям та цифровим платформам твори авторів із різних країн стають доступними для світової аудиторії. Література сприяє міжкультурному діалогу, знайомить читачів з історією, традиціями та суспільними процесами інших держав, формуючи спільний культурний простір.

Створення Instagram-проєкту «The World Reads» є актуальним у контексті зростання ролі соціальних мереж у популяризації літератури та розвитку міжнародної культурної комунікації. Проєкт спрямований на висвітлення сучасної світової літератури у форматі, адаптованому до особливостей

цифрового медіаспоживання. Його контент поєднує книжкові рецензії, тематичні добірки, літературні новини та матеріали про актуальні тенденції книжкового ринку.

Практична цінність проєкту полягає у створенні якісного двомовного літературного контенту для соціальних мереж, який сприяє популяризації читання, розширенню читацького кругозору та ознайомленню аудиторії з сучасними міжнародними літературними процесами. Використання української та англійської мов дозволяє залучати як українських, так і іноземних користувачів, що розширює можливості міжкультурної комунікації та популяризації літератури в цифровому середовищі.

Мета та завдання кваліфікаційної бакалаврської роботи — створення та реалізація Instagram-проєкту «The World Reads», присвяченого висвітленню сучасної світової літератури як глобального культурного феномену.

Для досягнення цієї мети було поставлено дослідницькі та практичні завдання. Зокрема:

- дослідити особливості функціонування сучасної літератури в умовах глобального культурного простору;
- проаналізувати роль соціальних мереж у популяризації літератури та розвитку читацьких спільнот;
- визначити концепцію, структуру та цільову аудиторію Instagram-проєкту «The World Reads»;
- розробити візуальне оформлення та контентну стратегію проєкту;
- підготувати та опублікувати серію тематичних матеріалів про сучасну світову літературу українською та англійською мовами;
- проаналізувати результати реалізації проєкту та особливості взаємодії з аудиторією.

Об'єкт та предмет дослідження. Об'єктом дослідження є сучасна світова література як глобальний культурний феномен та її функціонування в умовах цифрового медіасередовища. У сучасному світі література дедалі частіше виходить за межі національних культурних просторів і стає частиною міжнародної комунікації завдяки перекладам, літературним преміям, книжковим фестивалям, екранізаціям та діяльності цифрових платформ. Важливу роль у популяризації літератури сьогодні відіграють соціальні мережі, які формують нові читацькі спільноти, впливають на книжкові тренди та змінюють способи взаємодії аудиторії з літературним контентом. У цьому контексті Instagram розглядається як один із сучасних інструментів висвітлення літературних процесів та популяризації читання серед молодшої аудиторії.

Предметом дослідження є концепція, змістове наповнення, візуально-комунікаційні особливості та принципи функціонування авторського Instagram-проєкту «The World Reads», створеного для висвітлення сучасної світової літератури. Дослідження зосереджується на особливостях створення двомовного літературного контенту, використанні журналістських форматів у соціальних мережах, а також на можливостях Instagram як платформи для популяризації літератури та розвитку міжкультурної комунікації.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети використано комплекс загальнонаукових і спеціальних методів дослідження. Метод аналізу застосовано для опрацювання наукових джерел, публікацій та матеріалів, присвячених сучасним літературним процесам і функціонуванню книжкового контенту в цифровому середовищі. Метод контент-аналізу використано для дослідження діяльності книжкових спільнот та літературних акаунтів у соціальних мережах. Метод спостереження дав змогу вивчити особливості взаємодії аудиторії з літературним контентом та актуальні тенденції розвитку книжкових спільнот. Описовий метод використано для характеристики концепції, структури та контентного наповнення Instagram-проєкту «The World

Reads». Метод проєктування застосовано під час розробки візуальної концепції сторінки, контентної стратегії та створення авторських матеріалів.

Структура роботи. Творчий проєкт складається з двох частин: теоретичної та практичної. У теоретичній частині обґрунтовується необхідність створення медіапроєкту про сучасну світову літературу як глобальний культурний феномен, розглядаються особливості функціонування літератури в умовах глобалізації та роль соціальних мереж у популяризації читання. Практична частина представлена Instagram-проєктом «The World Reads» та містить 35 авторських публікацій українською та англійською мовами. Серед них — книжкові рецензії, тематичні добірки, матеріали про літературні події, книжкові новини та аналітичні дописи, присвячені сучасним тенденціям розвитку світової літератури.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ

Соціальні мережі як інструмент популяризації культурних та освітніх проєктів. Поняття соціальних мереж у науковій літературі трактується як сукупність цифрових платформ, що дозволяють користувачам створювати контент, обмінюватися ним та взаємодіяти між собою в онлайн-середовищі. Одне з найбільш цитованих визначень запропонували Андреас Каплан та Міхаель Хенлайн, які розглядають соціальні медіа як групу інтернет-застосунків, побудованих на ідеологічних і технологічних засадах Web 2.0, що дозволяють створювати та поширювати контент, створений користувачами (Kaplan, Haenlein) [22]. Саме можливість активної участі аудиторії відрізняє соціальні мережі від традиційних медіа, де комунікація здебільшого має односторонній характер.

Важливе місце у вивченні цифрової комунікації посідає концепція мережевого суспільства, запропонована Мануелем Кастельсом (Castells) [16]. Науковець зазначає, що сучасне суспільство функціонує через систему взаємопов'язаних інформаційних мереж, які визначають характер соціальної взаємодії, культурного виробництва та обміну знаннями. У таких умовах соціальні мережі стають одним із головних інструментів поширення інформації та формування суспільних дискурсів. Особливої уваги заслуговує концепція культури участі Генрі Дженкінса (Jenkins) [21]. На думку дослідника, сучасна аудиторія перестає бути пасивним споживачем контенту і дедалі частіше виступає його співтворцем. Користувачі коментують публікації, створюють власний контент, діляться матеріалами з іншими та беруть участь у формуванні інформаційного порядку денного.

Значний потенціал соціальних мереж у сфері культури пояснюється також концепцією культурного капіталу П'єра Бурдьє (Bourdieu) [14]. Дослідник розглядав культуру як важливий ресурс, що впливає на соціальну активність та можливості людини. У сучасних умовах соціальні мережі стали одним із

головних каналів поширення культурного капіталу, оскільки забезпечують доступ до освітнього контенту, культурних подій, мистецьких проєктів та можливостей для саморозвитку.

Важливу роль у процесі популяризації культурних та освітніх ініціатив відіграє також візуальна комунікація. За словами Стюарта Голла, медіа не лише відображають реальність, а й формують способи її сприйняття через процеси репрезентації (Hall) [18]. У соціальних мережах саме візуальний контент часто стає основним засобом привернення уваги аудиторії. Особливої популярності соціальні мережі набули серед молодіжної аудиторії, яка є однією з ключових цільових груп більшості культурних та освітніх проєктів (Різун) [7]. Молоді люди використовують цифрові платформи не лише для розваг, а й для отримання інформації, навчання, професійного розвитку та пошуку можливостей для самореалізації.

Серед сучасних платформ особливе місце займає Instagram, який поєднує можливості візуальної комунікації, інтерактивної взаємодії та побудови спільнот (Instagram) [19]. Завдяки використанню фотографій, Stories, Reels та інших форматів контенту платформа дозволяє ефективно популяризувати події, заходи та проєкти, залучаючи користувачів до активної взаємодії.

Специфіка медіапрезентації культурних просторів у цифровому середовищі. У сучасному суспільстві культурні простори відіграють важливу роль у розвитку локальних спільнот, поширенні культурних та освітніх практик, а також формуванні громадянської активності. В умовах цифровізації значна частина взаємодії між культурними просторами та їхньою аудиторією переміщується в онлайн-середовище, що зумовлює необхідність використання ефективних інструментів медіапрезентації. Під культурним простором зазвичай розуміють фізичне або віртуальне середовище, у межах якого відбувається створення, поширення та споживання культурного продукту. Сучасні культурні простори поєднують освітню, мистецьку, громадську та комунікаційну функції, тому їхня діяльність потребує комплексного представлення в медіа.

Особливістю медіапрезентації культурних просторів є необхідність репрезентувати не лише окремі заходи, а й атмосферу, цінності та спільноту, що формується навколо них. Саме тому в цифровому середовищі дедалі більшого значення набувають емоційна складова контенту та використання елементів сторітелінгу.

На думку Стюарта Голла, медіа відіграють важливу роль у процесі репрезентації соціальної реальності, оскільки саме через медіатексти формуються уявлення про певні явища та соціальні практики (Hall) [18]. У контексті діяльності культурних просторів це означає, що аудиторія часто знайомиться з організацією насамперед через її цифрові комунікації, а якість медіапрезентації безпосередньо впливає на рівень довіри до проєкту.

Однією з ключових особливостей цифрового представлення культурних просторів є візуалізація досвіду. Сучасна аудиторія прагне не лише отримати інформацію про подію, а й побачити її атмосферу, учасників та результати діяльності. Саме тому важливу роль відіграють фотографії, інтерв'ю, репортажі та інші формати контенту, які створюють ефект присутності. Візуальна комунікація допомагає трансформувати абстрактне повідомлення про захід у зрозумілу та емоційно насичену історію (Шевченко) [8].

Важливим інструментом медіапрезентації є сторітелінг, який передбачає передачу інформації через історії людей, подій або досвіду. Такий підхід сприяє встановленню емоційного зв'язку між проєктом та аудиторією і дозволяє показати реальний вплив культурних ініціатив на життя людей. Ще однією характерною рисою цифрової комунікації культурних просторів є формування спільноти навколо бренду або проєкту. Відповідно до концепції культури участі Генрі Дженкінса, сучасна аудиторія прагне бути не пасивним спостерігачем, а активним учасником комунікаційного процесу (Jenkins) [21]. Соціальні мережі надають користувачам можливість створювати контент, брати участь в обговореннях та взаємодіяти з організацією, що сприяє зміцненню зв'язків між проєктом та його аудиторією. У діяльності культурних просторів важливим є

також поєднання інформаційної та іміджевої функцій комунікації. Через систематичне створення контенту формується впізнаваний образ організації, її місія та цінності, а сукупність візуальних і текстових повідомлень створює цілісне уявлення про діяльність проєкту.

Окрему роль у популяризації локальних культурних ініціатив відіграють соціальні мережі. Якщо раніше культурні простори були обмежені географією свого розташування, то сьогодні цифрові платформи дозволяють виходити за межі локальної аудиторії та залучати нових учасників до культурного життя (Castells) [16].

Таким чином, специфіка медіапрезентації культурних просторів у цифровому середовищі полягає у поєднанні інформаційної, комунікаційної та іміджевої функцій. Ефективне використання соціальних мереж дозволяє не лише інформувати про діяльність організації, а й формувати навколо неї активну спільноту, транслювати її цінності та створювати емоційний зв'язок з аудиторією. У сучасних умовах цифрова комунікація стає одним із ключових чинників успішного функціонування культурних просторів та популяризації їхніх культурно-освітніх ініціатив.

Візуальна комунікація та особливості взаємодії з молодіжною аудиторією в Instagram. У сучасному цифровому середовищі візуальна комунікація є одним із ключових інструментів передачі інформації та привернення уваги аудиторії. Розвиток соціальних мереж сприяв зростанню ролі візуального контенту, адже користувачі дедалі частіше сприймають інформацію через зображення та мультимедійні формати. Особливого значення візуальна комунікація набуває в Instagram — платформі, основою якої є представлення контенту через візуальні образи та короткі текстові повідомлення. Поняття візуальної комунікації охоплює передачу інформації за допомогою фотографій, графічних елементів, кольору, композиції та дизайну. У соціальних мережах саме візуальна складова часто визначає перше враження користувача про проєкт або організацію (Шевченко) [8].

Особливу роль у дослідженні візуальної культури відіграють праці Джона Бергера та Ніколаса Мірзоеффа. Джон Бергер у праці «Ways of Seeing» наголошував, що спосіб сприйняття зображення залежить від соціального та культурного контексту, у якому воно існує (Berger) [12]. Натомість Ніколас Мірзоефф розглядає сучасне суспільство як візуально орієнтоване, де значна частина соціального досвіду формується через взаємодію з образами (Mirzoeff) [25]. У контексті соціальних мереж це означає, що користувачі часто оцінюють контент насамперед за його візуальною привабливістю. Instagram є однією з найпопулярніших платформ серед молоді саме завдяки своїй орієнтації на візуальний контент (Instagram) [19]. Формати Stories, Reels та каруселі зображень дозволяють подавати інформацію в динамічній і доступній формі, що відповідає особливостям сучасного медіаспоживання.

Молодіжна аудиторія є однією з найбільш активних груп користувачів Instagram. Для неї характерне швидке споживання інформації, висока чутливість до візуального оформлення контенту та прагнення до інтерактивної взаємодії. Молоді користувачі надають перевагу коротким форматам повідомлень і матеріалам, які легко сприймаються в мобільному форматі (Різун) [7].

Одним із найефективніших інструментів взаємодії з аудиторією в Instagram є сторітелінг. Використання історій людей, особистого досвіду або відгуків учасників дозволяє зробити комунікацію більш персоналізованою та наближеною до користувача. Такий підхід сприяє формуванню довіри до проєкту та підвищує рівень залученості аудиторії. Важливу роль відіграє також інтерактивність. Instagram надає користувачам можливість брати участь в опитуваннях, залишати коментарі, реагувати на Stories та поширювати публікації. Відповідно до концепції культури участі Генрі Дженкінса, така взаємодія перетворює аудиторію на активного учасника комунікаційного процесу (Jenkins) [21]. Для культурних та освітніх проєктів це створює додаткові можливості для формування спільноти та підтримки постійного зв'язку з підписниками.

Не менш важливим є візуальний стиль сторінки. Єдине оформлення, використання впізнаваної кольорової палітри та графічних елементів сприяють формуванню цілісного образу проєкту та підвищують його впізнаваність. У конкурентному цифровому середовищі візуальна ідентичність допомагає виділитися серед великої кількості інформаційних повідомлень та привернути увагу потенційної аудиторії. Для культурно-освітніх проєктів Instagram є не лише платформою для інформування, а й інструментом формування власного бренду та розвитку спільноти. Завдяки поєднанню візуальної комунікації, інтерактивних форматів та можливостей швидкого поширення контенту платформа дозволяє ефективно взаємодіяти з молодіжною аудиторією та підтримувати її інтерес до діяльності проєкту.

Отже, візуальна комунікація є одним із ключових чинників успішного функціонування культурно-освітніх проєктів у соціальних мережах. Особливості Instagram, пов'язані з домінуванням візуального контенту, інтерактивністю та високою залученістю молодіжної аудиторії, роблять цю платформу ефективним інструментом популяризації культурних та освітніх ініціатив.

РОЗДІЛ 2

СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ

2.1. Обґрунтування інформаційного проєкту

У сучасному медіапросторі література дедалі частіше функціонує не лише як мистецьке явище, а і як частина глобальної цифрової культури. Якщо раніше інформацію про книжки читачі переважно отримували через літературну критику, друковані видання, книгарні або професійні культурні медіа, то сьогодні значну роль у популяризації читання відіграють соціальні мережі. Instagram став одним із важливих майданчиків для поширення літературного контенту, оскільки поєднує візуальну привабливість, короткі текстові формати, можливість швидкої взаємодії з аудиторією та формування читацьких спільнот.

Цільовим інформаційним ринком для Instagram-проєкту «The World Reads» є український та міжнародний сегмент літературного контенту в соціальних мережах. Оскільки тема проєкту пов'язана із сучасною світовою літературою як глобальним культурним феноменом, його потенційна аудиторія не обмежується лише українськими читачами. Водночас український контекст залишається важливим, адже проєкт створюється українською авторкою, орієнтується на українськомовних користувачів і водночас прагне виводити їх у ширший міжнародний літературний простір.

Попит на такий контент зумовлений кількома чинниками. По-перше, сучасні читачі потребують зручної навігації у великій кількості книжкових новинок, перекладів, премій, літературних трендів та рекомендацій. По-друге, аудиторія соціальних мереж часто очікує не академічного чи вузькопрофесійного аналізу, а доступної, візуально привабливої та стислої подачі інформації. По-третє, молоді читачі дедалі частіше сприймають літературу не ізольовано, а в ширшому культурному контексті: через екранізації, міжнародні премії, книжкові фестивалі, соціальні теми, ідентичність, мову, переклад та репрезентацію різних культур.

Для визначення місця Instagram-проєкту «The World Reads» у сучасному інформаційному просторі було розглянуто українські та міжнародні проєкти, які працюють із книжковою тематикою в Instagram. До аналізу було обрано «Читомо», «Сенс», Readeat, Book Riot та Literary Hub. Ці проєкти відрізняються за форматом і метою діяльності, однак усі вони певною мірою виконують функцію популяризації читання, інформування про книжкову сферу та формування читацьких смаків.

Найближчим українським аналогом є «Читомо» [10] — літературне медіа, яке висвітлює книжковий ринок, видавничу сферу, літературні події, культурні процеси та діяльність авторів. Його перевагою є професійний журналістський підхід, системність подачі інформації та авторитетність у сфері української книжкової журналістики. Проєкт виконує важливу інформаційну функцію, адже знайомить аудиторію з актуальними подіями літературного процесу. Водночас контент «Читомо» переважно зосереджений на українському книжковому ринку або на представленні української літератури у світі. Для аудиторії, яка шукає регулярний, короткий і візуально адаптований Instagram-контент саме про сучасну світову літературу, цей формат може бути менш персоналізованим і більш медійно-інституційним.

Іншими важливими прикладами українського літературного Instagram-контенту є сторінки «Сенс» [11] та Readeat [28]. Формально ці проєкти є книжковими просторами, однак їхні Instagram-сторінки виконують ширші комунікаційні функції, ніж просто продаж книжок. Вони публікують добірки, рекомендації, анонси подій, розважальний книжковий контент, знайомлять аудиторію з новинками та створюють навколо читання відчуття спільноти. Їхньою перевагою є жива комунікація, сучасна візуальна подача та вміння адаптувати книжкову тематику до формату соціальних мереж. Водночас недоліком таких проєктів у контексті порівняння з «The World Reads» є їхня комерційна природа: значна частина контенту пов'язана з діяльністю конкретного книжкового простору, наявністю книжок у продажу, подіями або

маркетинговим просуванням. Тому вони не повністю виконують функцію незалежного літературного медіа.

Серед міжнародних аналогів доцільно розглянути Book Riot [13] та Literary Hub [23]. Book Riot є прикладом масштабного англomовного літературного медіа, яке поєднує книжкові новини, рекомендації, тематичні добірки, огляди та матеріали про читацькі тренди. Перевагою цього проєкту є широка тематична палітра та орієнтація на різні читацькі інтереси. Він демонструє, що літературне медіа може бути не лише інформативним, а й динамічним, розважальним і близьким до щоденних читацьких практик аудиторії. Водночас Book Riot орієнтується переважно на англomовний ринок, тому його контент не враховує потреби української аудиторії та не створює простору для двомовної українсько-англійської комунікації.

Literary Hub репрезентує інший тип міжнародного літературного медіа — більш аналітичний, культурологічний і критичний. Його контент пов'язаний із сучасною прозою, поезією, літературною критикою, розмовами з авторами та ширшими інтелектуальними дискусіями. Перевагою Literary Hub є глибина матеріалів і високий рівень культурної експертизи. Водночас для частини молодішої Instagram-аудиторії такий формат може бути складнішим для швидкого споживання, адже він більше тяжіє до повноцінного літературного медіа, ніж до компактного соціальномережевого проєкту.

Отже, аналіз наявних аналогів дає змогу виокремити кілька основних моделей літературного контенту в Instagram. Перша модель — професійне літературне медіа, представлене такими проєктами, як «Читомо», Book Riot та Literary Hub. Її перевагою є якість, авторитетність і журналістська опрацьованість матеріалів, а недоліком — іноді більша дистанція між медіа та пересічним читачем. Друга модель — книжкові простори та магазини, як-от «Сенс» і Readeat, які створюють доступний, емоційний і візуально привабливий контент, але часто мають комерційну мету. Третя модель — персональні книжкові блоги, де сильним є суб'єктивний авторський голос, однак може

бракувати системності, журналістського підходу та ширшого культурного контексту.

Instagram-проект «The World Reads» формується на перетині цих моделей. Він запозичує від літературних медіа інформаційність, увагу до світового літературного процесу та журналістські жанри; від Bookstagram-культури — візуальність, доступність, рекомендаційність і живий контакт із читачами; від книжкових просторів — здатність створювати навколо читання привабливу спільноту. Водночас проєкт не є комерційною сторінкою книгарні чи видавництва, тому його контент не обмежується просуванням певного асортименту книжок.

Оригінальність «The World Reads» полягає у поєднанні кількох характеристик. По-перше, проєкт присвячений саме сучасній світовій літературі, а не лише окремому національному книжковому ринку. По-друге, він використовує двомовну подачу українською та англійською мовами, що відповідає міжнародній тематиці та розширює потенційну аудиторію. По-третє, проєкт поєднує різні типи контенту: літературні новини, рецензії, тематичні добірки, матеріали про авторів, книжкові тенденції та культурний контекст. По-четверте, він адаптований саме до Instagram як платформи, тобто враховує важливість візуальної ідентичності, коротких форматів, каруселей, сторіз та інтерактивної взаємодії з аудиторією.

Потреба в такому проєкті зумовлена тим, що українські читачі часто отримують інформацію про світову літературу або з англomовних джерел, які не враховують український контекст, або з українських книжкових сторінок, які здебільшого зосереджуються на локальному ринку, продажах чи окремих рекомендаціях. «The World Reads» пропонує проміжну модель: доступний Instagram-формат, міжнародну літературну тематику, двомовну комунікацію та журналістське структурування матеріалів.

Таким чином, створення Instagram-проєкту «The World Reads» є актуальним і затребуваним у сучасному медіапросторі. Проєкт відповідає потребам аудиторії у якісному, зрозумілому, візуально привабливому та культурно орієнтованому літературному контенті. Його унікальність полягає у поєднанні формату Bookstagram, функцій літературного медіа, міжнародної тематики та двомовної подачі. Саме це дозволяє розглядати «The World Reads» як перспективний інформаційний проєкт, здатний популяризувати читання, розширювати культурний кругозір аудиторії та сприяти міжкультурній комунікації через сучасну світову літературу.

2.2. Структура

Instagram-проєкт «The World Reads» створений як тематичне медіа про сучасну світову літературу, адаптоване до особливостей споживання контенту в соціальних мережах. Структура проєкту побудована таким чином, щоб поєднувати інформаційну, просвітницьку та рекомендаційну функції, забезпечуючи різноманітність контенту та підтримуючи інтерес аудиторії до літературної тематики.

Основною платформою реалізації проєкту є соціальна мережа Instagram. Контент представлено у форматі публікацій-каруселей, окремих графічних дописів, сторіз та інформаційних карток. Такий формат дозволяє подавати значний обсяг інформації у візуально структурованому вигляді, що відповідає особливостям сучасного медіаспоживання та сприяє кращому залученню аудиторії.

Практична частина проєкту складається з 35 авторських публікацій українською та англійською мовами. Використання двомовного формату зумовлене міжнародною тематикою проєкту та спрямоване на розширення потенційної аудиторії. Кожна публікація містить візуальний матеріал і текстовий супровід, адаптований до специфіки Instagram-комунікації.

Структура контенту проєкту передбачає наявність кількох тематичних рубрик:

«Book Reviews» («Книжкові рецензії») — рубрика, присвячена оглядам сучасних літературних творів. У межах рубрики подаються короткі характеристики книг, аналіз основних тем, особливостей сюжету та авторського стилю.

«Literary News» («Літературні новини») — рубрика, що висвітлює актуальні події книжкового світу: літературні премії, нові видання, фестивалі, екранізації та інші важливі події міжнародного літературного середовища.

«Book Collections» («Книжкові добірки») — тематичні підбірки літератури, об'єднані спільною темою, жанром, країною походження авторів або актуальними суспільними проблемами. Мета рубрики полягає у спрощенні вибору книг для читачів та розширенні їхнього читацького досвіду.

«Authors and Trends» («Автори та тенденції») — рубрика, присвячена сучасним письменникам, літературним явищам та тенденціям розвитку світової літератури.

Особливістю структури проєкту є поєднання інформаційних, аналітичних та рекомендаційних матеріалів. Такий підхід дозволяє не лише інформувати аудиторію про події літературного світу, а й формувати ширше розуміння літератури як важливого елемента глобальної культури.

Отже, структура Instagram-проєкту «The World Reads» побудована за принципом тематичного різноманіття та регулярного чергування різних типів контенту. Це забезпечує баланс між інформуванням, популяризацією читання та підтриманням зацікавленості аудиторії, що відповідає загальній концепції проєкту.

2.3. Жанрова палітра

Instagram-проект «The World Reads» поєднує кілька журналістських жанрів, адаптованих до особливостей цифрового середовища та специфіки літературної тематики. Вибір жанрових форм зумовлений необхідністю одночасно інформувати аудиторію про актуальні події книжкового світу, популяризувати читання та формувати інтерес до сучасної світової літератури.

Одним із провідних жанрів проєкту є рецензія. У межах цього жанру здійснюється аналіз окремих літературних творів, висвітлюються їхні основні теми, сюжетні особливості та читацька цінність. Використання рецензій дозволяє не лише інформувати аудиторію про зміст книги, а й сприяти формуванню читацьких уподобань та критичного сприйняття літератури. Для Instagram цей жанр адаптований у форматі коротких текстів та каруселей, що забезпечує зручність сприйняття інформації.

Важливе місце в структурі контенту займає інформаційна замітка. Цей жанр використовується для висвітлення актуальних подій літературного світу, зокрема міжнародних книжкових премій, виходу нових видань, екранізацій, фестивалів та інших подій. Інформаційна замітка дозволяє оперативно повідомляти аудиторію про новини та підтримувати актуальність контенту.

Для ознайомлення читачів із ширшими літературними явищами використовується оглядовий жанр. Оглядові матеріали присвячені літературним тенденціям, популярним книжковим напрямам, творчості окремих авторів або особливостям розвитку сучасної світової літератури. Використання цього жанру дозволяє систематизувати інформацію та показувати окремі літературні явища у ширшому культурному контексті.

Значну частину контенту становлять тематичні добірки та рекомендаційні матеріали. Вони об'єднують книги за певними темами, жанрами, проблематикою або культурними особливостями різних країн. Такі матеріали є

особливо популярними в соціальних мережах, оскільки допомагають користувачам швидко знаходити літературу відповідно до власних інтересів та читацьких потреб.

Окремі публікації проєкту містять елементи аналітичних матеріалів, у яких розглядаються тенденції розвитку книжкового ринку, особливості функціонування літератури в умовах глобалізації та вплив сучасних культурних процесів на читацькі практики. Використання аналітичного підходу дозволяє розглядати літературу не лише як сукупність окремих творів, а як складову глобального культурного простору.

Також у проєкті використовуються елементи біографічного нариса, коли матеріали присвячуються окремим письменникам, їхньому творчому шляху та внеску у розвиток сучасної літератури. Такі публікації допомагають аудиторії краще зрозуміти особистість автора та контекст створення літературних творів.

Вибір зазначених жанрів зумовлений тематикою проєкту та особливостями його аудиторії. Сучасні користувачі Instagram віддають перевагу коротким, структурованим і візуально оформленим матеріалам, які можна швидко сприймати в стрічці соціальної мережі. Саме тому класичні журналістські жанри були адаптовані до формату соціальних медіа без втрати їхнього інформаційного та аналітичного потенціалу.

Отже, жанрова палітра Instagram-проєкту «The World Reads» поєднує інформаційні, аналітичні та рекомендаційні жанри. Такий підхід дозволяє забезпечити різноманітність контенту, задовольнити інформаційні потреби аудиторії та сприяти популяризації сучасної світової літератури серед користувачів соціальних мереж.

2.4. Зображальний матеріал та особливості оформлення

Візуальне оформлення є важливим складником Instagram-проєкту «The World Reads», оскільки саме воно забезпечує впізнаваність сторінки, формує

перше враження про проєкт та впливає на сприйняття контенту аудиторією. У сучасних соціальних мережах користувачі часто приймають рішення про підписку на сторінку протягом перших секунд перегляду профілю, тому створення цілісної візуальної концепції є необхідною умовою ефективної комунікації.

Візуальна концепція проєкту ґрунтується на поєднанні сучасних принципів цифрового дизайну та естетики традиційної книжкової культури. Основною метою оформлення стало створення атмосфери, яка асоціювалася б із літературою, читанням та книжковою спадщиною, водночас залишаючись зрозумілою та привабливою для сучасної Instagram-аудиторії.

Домінуючими кольорами проєкту є чорний та білий. Така кольорова гама була обрана свідомо, оскільки забезпечує високу контрастність і читабельність текстової інформації. Крім практичної функції, чорно-біла палітра також виконує символічну роль, адже асоціюється з друкованими книжками, газетами та літературними виданнями. Використання обмеженої кількості кольорів дозволяє уникнути візуальної перевантаженості та зосередити увагу користувачів на змісті матеріалів.

Важливим елементом візуальної ідентичності є логотип проєкту. Він виконаний у типографічному стилі та складається виключно з назви «The World Reads», розміщеної чорним шрифтом на білому фоні. Відмова від додаткових графічних символів була зумовлена прагненням створити лаконічний і впізнаваний візуальний образ, який не відволікав би увагу від змістового наповнення сторінки. Використання англійської мови в логотипі підкреслює міжнародну спрямованість проєкту та відповідає його двомовній концепції.

Для оформлення публікацій використовується єдиний візуальний стиль, який забезпечує цілісність стрічки та впізнаваність контенту. Усі графічні матеріали створюються за допомогою спільних дизайнерських принципів, що передбачають використання однакової кольорової гами, шрифтових рішень та

композиційних елементів. Завдяки цьому окремі публікації сприймаються як частини єдиного медіапродукту.

Особливе місце в оформленні проєкту посідають елементи, що відсилають до традиційної книжкової культури. Для створення візуалів використовуються текстури паперу, фрагменти старих книжкових сторінок, вінтажні декоративні елементи та графічні рішення, які нагадують оформлення класичних друкованих видань. Такі деталі допомагають створити атмосферу літературного середовища та візуально підкреслюють тематику проєкту.

Значну увагу приділено типографіці. Для оформлення використовується обмежена кількість шрифтів, що забезпечує стилістичну єдність усіх матеріалів. Частина шрифтів стилізована під традиційні друковані видання та старі книжкові гарнітури, що посилює асоціативний зв'язок із літературою. Водночас обрані шрифти залишаються достатньо читабельними для цифрового середовища та відповідають вимогам сучасного дизайну соціальних мереж.

Особливу роль у проєкті відіграє ілюстративний матеріал. У публікаціях використовуються обкладинки книжок, фотографії авторів, літературні цитати, тематичні графічні елементи та авторські дизайнерські композиції. Ілюстрації виконують не лише естетичну, а й інформаційну функцію, допомагаючи аудиторії швидше орієнтуватися в тематиці матеріалу та привертаючи увагу до окремих публікацій. Візуальний супровід також сприяє кращому запам'ятовуванню контенту та підвищує його привабливість у стрічці соціальної мережі.

Основним форматом публікацій є каруселі Instagram, які дозволяють поєднувати текстову та візуальну інформацію в межах одного допису. Такий формат є особливо ефективним для книжкових рецензій, тематичних добірок, літературних новин та аналітичних матеріалів, оскільки дає можливість послідовно розкривати тему та утримувати увагу користувача протягом перегляду кількох слайдів.

Головна сторінка проєкту оформлена таким чином, щоб користувач міг одразу зрозуміти його тематику та концепцію. Поєднання лаконічного логотипа, єдиного стилю публікацій, книжкової естетики та двомовного контенту формує образ сучасного літературного медіа, присвяченого світовій літературі та культурі читання.

Отже, візуальне оформлення Instagram-проєкту «The World Reads» побудоване на принципах стилістичної єдності, читабельності та тематичної відповідності. Поєднання мінімалістичної чорно-білої палітри, вінтажних книжкових елементів, продуманої типографіки та системного використання ілюстративного матеріалу дозволяє створити впізнаваний візуальний образ проєкту та ефективно підтримує його основну концепцію — популяризацію сучасної світової літератури як глобального культурного феномену.

2.5. Авторська ідея

Авторська ідея Instagram-проєкту «The World Reads» виникла в результаті поєднання двох тенденцій сучасного медіапростору: зростання популярності книжкового контенту в соціальних мережах та посилення ролі літератури як інструменту міжкультурної комунікації. У цифрову епоху читачі дедалі частіше знайомляться з новими книжками через Instagram, TikTok та інші соціальні платформи, однак значна частина такого контенту обмежується рекомендаціями окремих творів або особистими читацькими враженнями. Водночас сучасна світова література є значно ширшим явищем, яке відображає глобальні культурні процеси, суспільні зміни та взаємодію різних національних традицій.

Основою творчого задуму стало прагнення представити літературу не лише як форму дозвілля чи розваги, а як важливий культурний феномен, що об'єднує людей незалежно від країни проживання, мови чи культурного досвіду. Саме тому центральною темою проєкту було обрано сучасну світову літературу, яка сьогодні активно поширюється через міжнародні переклади, літературні премії, фестивалі та цифрові платформи.

Концепція «The World Reads» передбачає поєднання елементів літературного медіа та Bookstagram-проекту. На відміну від традиційних книжкових блогів, сторінка орієнтується не лише на рекомендацію окремих творів, а й на висвітлення ширших літературних процесів, актуальних тенденцій книжкового ринку, міжнародних подій та культурного контексту, у якому функціонує сучасна література. Такий підхід дозволяє формувати у читачів більш комплексне уявлення про літературний світ та його зв'язок із суспільними процесами.

Однією з ключових особливостей авторської ідеї є двомовний формат проекту. Використання української та англійської мов зумовлене міжнародною тематикою сторінки та прагненням зробити контент доступним для ширшої аудиторії. Двомовність не лише розширює потенційне коло читачів, а й підкреслює ідею літератури як універсального культурного простору, що виходить за межі окремих держав і мовних спільнот.

Практична реалізація творчого задуму відбулася у форматі Instagram-проекту «The World Reads», який був створений та наповнений авторським контентом у межах виконання кваліфікаційної бакалаврської роботи. На сторінці опубліковано 35 авторських матеріалів, присвячених книжковим рецензіям, тематичним добіркам, літературним новинам, сучасним письменникам та актуальним тенденціям розвитку світової літератури. Проект розміщено у соціальній мережі Instagram за адресою: <https://www.instagram.com/theworld.reads/>.

Практичне значення проекту полягає у створенні якісного літературного контенту, адаптованого до сучасних умов цифрової комунікації. Матеріали сторінки можуть використовуватися для популяризації читання, ознайомлення аудиторії з сучасною світовою літературою та розвитку інтересу до міжкультурного діалогу через книжкову культуру. Крім того, проект демонструє можливості використання Instagram як платформи для реалізації журналістських та культурно-просвітницьких ініціатив.

Проект має потенціал для подальшого розвитку. У перспективі його контент може бути доповнений відеоформатами, інтерв'ю з авторами, тематичними прямими ефірами, книжковими дискусіями, співпрацею з видавництвами, перекладачами та культурними інституціями. Також можливим є розширення присутності проекту на інших цифрових платформах, зокрема TikTok, YouTube або у форматі власного вебсайту. Це дозволить залучити нові сегменти аудиторії та розширити можливості популяризації світової літератури.

Таким чином, авторська ідея Instagram-проекту «The World Reads» полягає у створенні сучасного двомовного літературного медіа, яке поєднує інформаційну, просвітницьку та культурну функції. Проект спрямований на популяризацію світової літератури, розвиток культури читання та формування міжкультурного діалогу в умовах цифрового медіасередовища.

2.6. Особливості аудиторії

Цільова аудиторія Instagram-проекту «The World Reads» формується відповідно до його тематики, формату та комунікаційної концепції. Оскільки проект присвячений сучасній світовій літературі та функціонує в соціальній мережі Instagram, його потенційними споживачами є користувачі, які цікавляться читанням, культурою, сучасними літературними процесами та міжнародним інформаційним простором.

З територіальної точки зору основною аудиторією проекту є українські користувачі соціальних мереж, які цікавляться світовою літературою та книжковою культурою. Водночас завдяки використанню англійської мови контент проекту є доступним також для міжнародної аудиторії. Це дозволяє розглядати потенційну аудиторію не лише в межах України, а й у ширшому глобальному контексті.

Основну вікову групу становлять користувачі віком від 18 до 35 років. Саме ця категорія є найбільш активною в Instagram та водночас демонструє

високий рівень зацікавленості культурним і рекомендаційним контентом. До неї належать студенти, молоді спеціалісти, представники креативних індустрій, гуманітарних професій, освітньої сфери та всі, хто використовує соціальні мережі як джерело інформації про книги та культурні події.

З гендерної точки зору проєкт не має обмежень щодо аудиторії та орієнтується як на жінок, так і на чоловіків. Водночас аналіз сучасних книжкових спільнот у соціальних мережах свідчить, що активними споживачами літературного контенту в Instagram частіше є жінки, що характерно для більшості Bookstagram-проєктів.

Соціальний портрет аудиторії включає людей із середнім та високим рівнем освіти, які цікавляться культурою, мистецтвом, літературою та міжнародними суспільними процесами. Потенційними підписниками можуть бути студенти гуманітарних спеціальностей, викладачі, журналісти, перекладачі, працівники культурної сфери, представники креативних індустрій, а також усі, хто прагне розширювати власний культурний кругозір через читання.

Особливістю аудиторії проєкту є її орієнтація на якісний та структурований контент. Потенційні підписники зацікавлені не лише в рекомендаціях окремих книжок, а й у розумінні ширших літературних тенденцій, міжнародних книжкових подій, творчості сучасних авторів та взаємозв'язку літератури із суспільними й культурними процесами. Саме тому проєкт поєднує інформаційні, аналітичні та рекомендаційні матеріали.

Важливою характеристикою аудиторії є її відкритість до міжкультурної комунікації. Завдяки двомовному формату сторінка може бути цікавою не лише українським читачам, а й користувачам з інших країн, які цікавляться сучасною літературою та культурним обміном. Англomовна складова контенту розширює можливості міжнародної взаємодії та сприяє популяризації проєкту за межами українського інформаційного простору.

Перспективи розширення аудиторії пов'язані насамперед із розвитком нових форматів контенту, використанням відеоматеріалів, інтерактивних елементів, співпрацею з книжковими блогерами, видавництвами та культурними інституціями. Додаткові можливості для залучення нових підписників створює розширення присутності проєкту на інших цифрових платформах, зокрема TikTok та YouTube, де книжковий контент також демонструє високий рівень популярності.

Отже, потенційна аудиторія Instagram-проєкту «The World Reads» є досить широкою та охоплює як українських, так і міжнародних користувачів, які цікавляться літературою та культурою. Поєднання міжнародної тематики, двомовного формату та сучасної подачі інформації створює передумови для подальшого зростання аудиторії та розвитку проєкту як літературного медіа в цифровому середовищі.

РОЗДІЛ 3

ТЕХНІЧНІ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ

Реалізація сучасного медіапроєкту в соціальних мережах потребує використання комплексу технічних та програмних засобів, які забезпечують створення, оформлення та поширення контенту. Для втілення Instagram-проєкту «The World Reads», спрямованого на популяризацію читання, літератури та книжкової культури серед молоді, було використано низку цифрових інструментів, що дозволили створювати якісний візуальний контент та підтримувати регулярну комунікацію з аудиторією.

Основною платформою для реалізації проєкту було обрано Instagram. Вибір цієї соціальної мережі зумовлений її популярністю серед молодіжної аудиторії, широкими можливостями для поширення візуального контенту та наявністю різноманітних форматів взаємодії з користувачами. У межах проєкту використовувалися публікації у стрічці, Stories, Reels та закріплені історії, що дозволило урізноманітнити способи подачі інформації та підтримувати інтерес підписників. Для створення графічних матеріалів використовувався сервіс Canva. Завдяки його функціоналу було розроблено візуальне оформлення сторінки, створено шаблони для книжкових рекомендацій, інформаційних дописів, цитат та тематичних добірок літератури. Використання єдиного стилю оформлення сприяло формуванню впізнаваного образу проєкту та забезпечувало візуальну цілісність сторінки.

Для створення візуального контенту проєкту використовувалися стокові фотоматеріали з платформ Envato Elements та Motion Array. Вибір цих ресурсів був зумовлений необхідністю забезпечити високий рівень візуальної якості контенту та підтримувати єдиний стиль оформлення сторінки. Бібліотеки платформ містять професійні фотографії та графічні елементи, які дозволяють створювати сучасний контент без потреби у проведенні власних фотосесій. Використання стокових матеріалів також дало змогу оперативно підбирати

візуальні образи, що відповідали тематиці конкретних публікацій, книжкових рекомендацій та літературних добірок. Особливо важливим це було для представлення художньої літератури різних жанрів, де необхідно було створити відповідну атмосферу та візуально підсилити зміст повідомлень. Завдяки використанню матеріалів Envato Elements і Motion Array вдалося забезпечити естетичну цілісність сторінки та підвищити привабливість контенту для цільової аудиторії.

Окрему роль у реалізації проєкту відіграло планування та аналітика контенту. Для підтримки систематичності роботи було сформовано контент-план, який передбачав чергування різних типів публікацій: книжкових рекомендацій, інформаційних матеріалів, цитат, інтерактивних форматів та розважального контенту. Такий підхід дозволив забезпечити різноманітність сторінки, підтримання інтересу аудиторії до проєкту та органічне зростання підписників без залучення таргетованої реклами. У процесі ведення сторінки використовувалися також аналітичні можливості Instagram. Статистичні інструменти платформи дозволяли відстежувати кількість переглядів, охоплення, взаємодії користувачів із контентом та активність підписників. Аналіз цих показників давав змогу оцінювати ефективність окремих форматів контенту та коригувати подальшу комунікаційну стратегію відповідно до інтересів аудиторії.

Під час створення матеріалів особлива увага приділялася адаптації контенту до особливостей цільової аудиторії (молодь віком 18-35 років). Для цього використовувалися короткі тексти, візуально привабливі макети, актуальні формати та інтерактивні елементи. Основною рубрикою наповнення фігурували підбірки (каруселі) з комбінуванням візуальної, текстової та аудіо частини. Поєднання з аудіосупроводом надало можливість просування підбірок у форматі Reels, що сприяє ширшому просуванню дописів. Такий підхід дозволив зробити книжкову тематику більш доступною та цікавою для користувачів соціальних мереж.

Отже, реалізація Instagram-проєкту «The World Reads» здійснювалася за допомогою комплексу технічних та програмних засобів, які забезпечили створення якісного контенту, його візуальне оформлення та ефективне поширення серед цільової аудиторії. Використання можливостей Instagram, графічних редакторів та аналітичних інструментів сприяло досягненню мети проєкту та створенню сучасного медіапродукту, спрямованого на популяризацію читання серед молоді.

ВИСНОВКИ

У межах кваліфікаційної бакалаврської роботи було досліджено сучасну світову літературу як глобальний культурний феномен та особливості її функціонування в умовах цифрового медіасередовища. Проведений аналіз наукових джерел і сучасних медіапрактик засвідчив, що література сьогодні виходить за межі національних культурних просторів і стає важливим інструментом міжкультурної комунікації. Завдяки перекладам, міжнародним літературним преміям, книжковим фестивалям, екранізаціям та цифровим платформам літературні твори стають доступними глобальній аудиторії, а соціальні мережі перетворюються на один із головних каналів популяризації читання.

У процесі дослідження було проаналізовано особливості функціонування книжкового контенту в соціальних мережах та роль платформ Instagram і TikTok у формуванні сучасних читацьких спільнот. Встановлено, що розвиток явищ Bookstagram та BookTok суттєво впливає на читацькі вподобання, популярність окремих авторів і книжкові продажі. Водночас значна частина літературного контенту в соціальних мережах орієнтується переважно на рекомендації окремих книжок або має виражений комерційний характер.

Для формування концепції власного медіапроєкту було здійснено аналіз українських і міжнародних літературних платформ та Instagram-акаунтів, серед яких «Читомо», «Сенс», Readeat, Book Riot і Literary Hub. Дослідження показало, що більшість наявних проєктів або зосереджуються на локальному книжковому ринку, або працюють виключно для англomовної аудиторії. Це дозволило визначити нішу для створення двомовного Instagram-проєкту про сучасну світову літературу, який поєднує риси літературного медіа та Bookstagram-формату.

У результаті роботи було розроблено та реалізовано Instagram-проект «The World Reads» (<https://www.instagram.com/theworld.reads/>), присвячений висвітленню сучасної світової літератури як глобального культурного феномену. Практична частина проекту містить 35 авторських публікацій українською та англійською мовами. Контент сторінки охоплює книжкові рецензії, літературні новини, тематичні добірки, матеріали про письменників та сучасні літературні тенденції.

У процесі створення медіапроекту було сформовано його структуру, жанрову палітру та візуальну концепцію. Структура сторінки побудована на системі тематичних рубрик, що забезпечують поєднання інформаційної, аналітичної та рекомендаційної функцій. Жанрова палітра проекту включає рецензії, інформаційні замітки, огляди, тематичні добірки, аналітичні матеріали та елементи біографічного нарису, адаптовані до специфіки соціальних мереж.

Особливу увагу було приділено розробці візуальної ідентичності проекту. Концепція оформлення ґрунтується на поєднанні сучасного цифрового дизайну та естетики традиційної книжкової культури. Візуальна система базується на використанні чорно-білої кольорової палітри, типографічного логотипа, стилізованих шрифтів та елементів вінтажних книжкових видань. Це дозволило сформувати впізнаваний образ сторінки та підкреслити її літературну тематику.

Цільовою аудиторією проекту визначено користувачів віком від 18 до 35 років, які цікавляться літературою, культурою, міжнародними книжковими процесами та сучасними медіа. Завдяки двомовному формату контенту проект орієнтується як на українську, так і на міжнародну аудиторію, що розширює можливості міжкультурної комунікації та подальшого розвитку сторінки.

Реалізація проєкту здійснювалася за допомогою платформи Instagram та цифрових інструментів Canva, Envato Elements і Motion Array. Використання цих ресурсів дозволило забезпечити якісне візуальне оформлення контенту, підтримувати єдиний стиль сторінки та адаптувати матеріали до особливостей мобільного споживання інформації.

У процесі практичної реалізації було виявлено низку викликів, пов'язаних із необхідністю адаптації складної літературної інформації до коротких форматів Instagram, підтриманням регулярності публікацій та високою конкуренцією в цифровому середовищі. Крім того, розвиток літературного медіапроєкту потребує постійного оновлення контенту, моніторингу актуальних книжкових тенденцій та підтримання взаємодії з аудиторією.

З метою подальшого розвитку проєкту доцільно розширити використання відеоформатів, запровадити інтерв'ю з письменниками, перекладачами та представниками видавничої сфери, розвивати співпрацю з культурними інституціями та книжковими спільнотами, а також розширити присутність проєкту на платформах TikTok і YouTube. Перспективним напрямом є також створення окремого вебресурсу для публікації розширених матеріалів і розвитку міжнародної аудиторії.

Загалом створення Instagram-проєкту «The World Reads» підтвердило, що соціальні мережі можуть бути ефективним інструментом популяризації сучасної світової літератури та розвитку культури читання серед молодшої аудиторії. Поєднання журналістського підходу, двомовної комунікації, міжнародної тематики та сучасних цифрових форматів дозволило створити актуальний медіапроєкт, який має потенціал для подальшого розвитку та залучення ширшої аудиторії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бойко О. Д. Масові комунікації в інформаційному суспільстві. Київ : Київський університет, 2019. 216 с.
2. Городенко Л. М. Нові медіа. Київ : Академія української преси, 2018. 172 с.
3. Дубас О. П. Інформаційний розвиток сучасного суспільства. Київ : Знання, 2017. 224 с.
4. Іванов В. Ф., Шкляр В. І. Теорія масової комунікації. Київ : Академія української преси, 2019. 416 с.
5. Квіт С. М. Масові комунікації. Київ : Києво-Могилянська академія, 2018. 352 с.
6. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2020. 308 с.
7. Різун В. В. Теорія масової комунікації. Київ : Просвіта, 2017. 260 с.
8. Шевченко В. Е. Візуальна комунікація в сучасних медіа. Київ : Паливода А.В., 2018. 340 с.
9. Український інститут книги. URL: <https://ubi.org.ua>.
10. Читомо. URL: <https://chytomo.com>.
11. Книгарня «Сенс». URL: <https://sens.in.ua>.
12. Berger J. Ways of Seeing. London : Penguin Books, 1972. 166 p.
13. Book Riot. URL: <https://bookriot.com>.
14. Bourdieu P. Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste. Cambridge : Harvard University Press, 1984. 640 p.
15. Canva. URL: <https://www.canva.com>.
16. Castells M. The Rise of the Network Society. 2nd ed. Oxford : Wiley-Blackwell, 2010. 597 p.
17. Envato Elements. URL: <https://elements.envato.com> .
18. Hall S. Representation: Cultural Representations and Signifying Practices. London : Sage Publications, 1997. 400 p.

19. Instagram. URL: <https://www.instagram.com>.
20. Instagram Help Center. URL: <https://help.instagram.com>.
21. Jenkins H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York : New York University Press, 2006. 336 p.
22. Kaplan A. M., Haenlein M. Users of the world, unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. Business Horizons. 2010. Vol. 53. No. 1. P. 59–68.
23. Literary Hub. URL: <https://lithub.com>.
24. Meta. Instagram Creators. URL: <https://creators.instagram.com>.
25. Mirzoeff N. An Introduction to Visual Culture. 2nd ed. London : Routledge, 2009. 344 p.
26. Motion Array. URL: <https://motionarray.com>.
27. NielsenIQ. BookTok and the Rise of Social Reading. URL: <https://nielseniq.com/global/en/insights/analysis/2024/booktok-and-the-rise-of-social-reading/>.
28. Readeat. URL: <https://readeat.com> .
29. TikTok. BookTok Europe Report. URL: <https://newsroom.tiktok.com/en-eu/booktok-europe-report>.

ДОКУМЕНТАЦІЯ

Тексти авторських публікацій в Інстаграм-медіа (приклад):

1. Ray Bradbury's *Dandelion Wine* is often described as a nostalgic novel about summer and childhood, but reducing it to simple nostalgia would be unfair. This is a book about life in all its forms — joyful, painful, fleeting and deeply human.

The story takes place during the summer of 1928 in the small town of Green Town and follows twelve-year-old Douglas Spaulding as he slowly discovers the world around him and, for the first time, truly realizes what it means to be alive. There is no traditional fast-moving plot here. Instead, Bradbury builds the novel from moments, memories and emotions that together create the feeling of an entire summer preserved in time.

The title itself becomes the central metaphor of the novel. The dandelion wine made by Douglas's grandfather is described as "summer caught and bottled," and that is exactly what Bradbury does with this story. Through detailed descriptions, vivid imagery and almost poetic language, he captures the warmth of childhood, the smell of cut grass, evening streets, family dinners and the bittersweet understanding that none of these moments will last forever.

One of the novel's greatest strengths is its atmosphere. Bradbury writes in a way that makes ordinary things feel magical. A new pair of sneakers, the sound of a trolley, conversations on the porch or the arrival of a storm become emotionally charged events. At the same time, beneath the warmth and comfort, the book constantly reminds the reader about growing up, change, aging and death.

What makes *Dandelion Wine* so memorable is its emotional honesty. Bradbury speaks about childhood not as a perfect carefree time, but as a period when emotions are experienced with painful intensity. Douglas observes happiness, fear, loneliness and loss for the first time, and these discoveries gradually shape his understanding of life.

More than seventy years after publication, the novel still feels timeless. *Dandelion Wine* is not simply a story about one summer — it is a reflection on memory, family, time and the fragile beauty of ordinary moments people often fail to notice while they are happening.

2. BookTok: how TikTok changed the book industry.

A few years ago, TikTok was mostly associated with short entertainment videos. Today, it influences music charts, fashion trends — and even the publishing industry. One of the platform's biggest phenomena became BookTok, a community that made reading popular among young people again.

The rise of BookTok started during the COVID-19 pandemic, when people began sharing emotional reactions to books, reviews, and reading recommendations online. What started as a niche quickly turned into a global trend. Publishers noticed that a single viral video could turn an old novel into a bestseller overnight.

BookTok no longer just reflects trends — it creates them. In the US, bookstores like Barnes & Noble even introduced separate “BookTok” sections filled with titles trending on TikTok. Publishers actively collaborate with creators because readers often trust genuine video reactions more than traditional advertising.

The influence of BookTok is visible in Ukraine as well. Ukrainian creators popularize local literature, launch reading trends, and help new releases reach wider audiences. Videos about Ukrainian books regularly gain thousands of views, while some novels become cultural phenomena far beyond the literary sphere.

Ukrainian book blogger Sofia ([@sofia.stetsiuk](https://www.instagram.com/sofia.stetsiuk)) believes BookTok played a major role in strengthening the local publishing market:

”After the start of the full-scale invasion, when we were disconnecting from everything Russian, TikTok really helped Ukrainian publishers maintain stability. Ukrainian literature began to gain popularity very quickly, and even those who

previously didn't read in Ukrainian—or didn't read at all—started discovering our books and buying them.”

BookTok proved that even in the era of fast content, literature can still compete for attention. More than that — it showed that books can become part of online culture again.

3. Lina Kostenko presents new poetry collection “Wind from Mars”.

On May 5, a closed presentation of Lina Kostenko's new poetry collection “Wind from Mars” took place in Kyiv, published by A-ba-ba-ga-la-ma-ga. The event was moderated by publisher Ivan Malkovych.

The collection spans more than 30 years of the author's work, including poems from the 1990s, texts written during the pandemic, and pieces created during the full-scale war in Ukraine. Some poems are published for the first time, including works dated 2026.

In the new book, Kostenko appears in a wide range of tones — lyrical and intimate, as well as sharp and civic. She reflects on war, technology, artificial intelligence, and historical turning points.

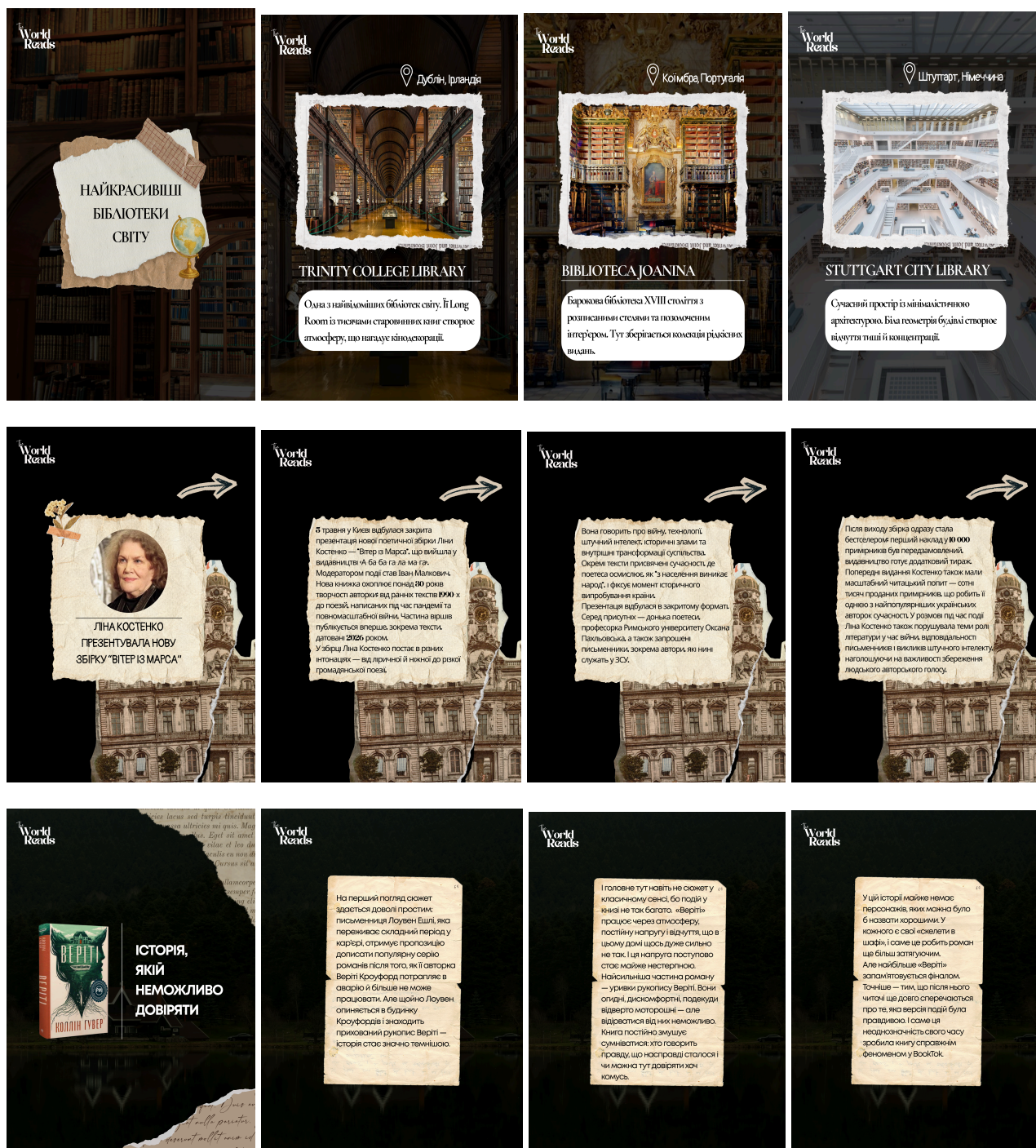
The presentation was held in a closed format. Among the guests was the poet's daughter, professor of the University of Rome Oksana Pakhliovska, along with invited writers, including authors currently serving in the Ukrainian Armed Forces.

The collection quickly became a bestseller: the first print run of 10,000 copies was fully pre-ordered, with a second print run already in preparation.

Kostenko's previous books have also achieved large-scale commercial success, with hundreds of thousands of copies sold.

ДОДАТКИ

Додаток А.



АНОТАЦІЯ

Тетера В. Р. Сучасна світова література як глобальний культурний феномен: створення Instagram-проєкту «The World Reads». — Бакалаврська кваліфікаційна робота зі спеціальності 061 «Журналістика». Київський університет імені Бориса Грінченка, Київ, 2026. У роботі досліджено особливості популяризації сучасної світової літератури в цифровому середовищі та роль соціальних мереж у формуванні книжкових спільнот. Проаналізовано можливості Instagram як платформи для поширення літературного контенту серед молодіжної аудиторії. Метою роботи є створення та реалізація Instagram-проєкту «The World Reads», спрямованого на популяризацію сучасної світової літератури. Об'єктом дослідження є сучасна світова література як глобальний культурний феномен. Предметом дослідження є концепція, змістове наповнення та візуально-комунікаційні особливості Instagram-проєкту «The World Reads». Практичним результатом роботи стало створення Instagram-проєкту, який містить 35 авторських публікацій українською та англійською мовами та популяризує сучасну світову літературу через книжкові рекомендації, рецензії та тематичні добірки.

Ключові слова: світова література, Instagram, соціальні мережі, книжковий контент, Bookstagram, популяризація читання, медіапроєкт.

ANNOTATION

Tetera V. R. Contemporary World Literature as a Global Cultural Phenomenon: Creation of the Instagram Project “The World Reads”. — Bachelor’s Qualification Thesis in Specialty 061 “Journalism”. Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University, Kyiv, 2026. The thesis explores the features of promoting contemporary world literature in the digital environment and the role of social media in the formation of reading communities. The study analyzes Instagram as a platform for distributing literary content among young audiences. The aim of the thesis is to create and implement the Instagram project “The World Reads”, designed to promote contemporary world literature. The object of the research is contemporary world literature as a global cultural phenomenon. The subject of the research is the concept, content, and visual communication features of the Instagram project “The World Reads”. The practical outcome of the thesis is the creation of an Instagram project consisting of 35 original posts in Ukrainian and English that promote contemporary world literature through book recommendations, reviews, and thematic selections.

Keywords: world literature, Instagram, social media, book content, Bookstagram, reading promotion, media project.