

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Факультет журналістики

Кафедра міжнародної журналістики

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему:

Міфологічний образ жінки в українській культурі: створення двомовної інстаграм-сторінки

Здобувачки (-а) IV курсу  
групи МЖБ-1-21-4.0д  
ступеня вищої освіти «бакалавр»  
галузі знань 06 Журналістика  
спеціальності 061 Журналістика  
освітньої програми 061.00.05 Міжнародна  
журналістика  
Мельниченко Софії Сергіївни

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

Науковий керівник: Бут К.О.,  
викладач кафедри міжнародної журналістики

\_\_\_\_\_

(підпис студента)

\_\_\_\_\_

(ініціали, прізвище)

Кількість балів: \_\_\_\_\_ Оцінка: ECTS \_\_\_\_\_

Допускаю до захисту перед ЕК

Голова комісії

\_\_\_\_\_ В.І. Терещук  
завідувач кафедри  
міжнародної журналістики

\_\_\_\_\_

(підпис)

\_\_\_\_\_

(ініціали, прізвище)

Члени комісії

\_\_\_\_\_

(підпис)

\_\_\_\_\_

(ініціали, прізвище)

\_\_\_\_\_

(підпис)

\_\_\_\_\_

(ініціали, прізвище)

\_\_\_\_\_

(підпис)

\_\_\_\_\_

(ініціали, прізвище)

м. Київ — 2025 рік

## Зміст

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ I ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІФОЛОГІЧНОГО ОБРАЗУ ЖІНКИ В УКРАЇНСЬКІЙ КУЛЬТУРІ ТА СТВОРЕННЯ АВТОРСЬКОГО ПРОДУКТУ НА МІФОЛОГІЧНУ ТЕМАТИКУ .....	8
1.1. <i>Визначення термінології, стан наукової розробки проблеми та джерельна база .....</i>	<i>8</i>
1.2. <i>Теоретичне обґрунтування ролі Instagram як візуальної платформи для популяризації культурної та міфологічної тематики .....</i>	<i>10</i>
РОЗДІЛ II СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ .....	12
2.1. <i>Аналіз конкурентних медіапроектів.....</i>	<i>12</i>
2.2. <i>Структура проекту .....</i>	<i>15</i>
2.3. <i>Жанрова палітра .....</i>	<i>18</i>
2.4. <i>Зображальний матеріал та особливості оформлення .....</i>	<i>19</i>
2.5. <i>Авторська ідея .....</i>	<i>20</i>
2.6. <i>Особливості аудиторії.....</i>	<i>21</i>
РОЗДІЛ III ТЕХНІЧНІ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ .....	23
ВИСНОВКИ.....	25
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	28
ДОКУМЕНТАЦІЯ.....	30
АНОТАЦІЯ .....	37
ANNOTATION.....	39

## ВСТУП

**Актуальність вибору теми.** Актуальність теми «Міфологічний образ жінки в українській культурі» зумовлена кількома ключовими чинниками.

У першу чергу, вона пояснюється зростанням інтересу українців до історії своїх пращурів, їхніх традицій і вірувань. Не останню роль у цьому відіграє культурологічний аспект, оскільки міфологічний образ жінки є ключовим елементом для реконструкції та розуміння архаїчного світогляду українців, системи їхніх цінностей, уявлень про світ, природу, роль людини у космосі. Аналіз цих образів дозволяє проникнути у глибинні шари національного менталітету, виявити стійкі архетипи, що формують український культурний код. Це особливо важливо в контексті глобалізаційних процесів, які ставлять перед необхідністю збереження та усвідомлення власної культурної самобутності.

Не менш важливу роль в актуальності цього дослідження відіграє гендерний аспект. У сучасному світі, де активно розвиваються гендерні дослідження та відбувається переосмислення соціальних ролей жінки, звернення до міфологічних першооснов дозволяє зрозуміти, як історично конструювалися уявлення про жіночність, її силу, слабкість, місце у суспільстві. Міфологічні образи не є статичними; вони відображають динаміку культурних трансформацій, вплив християнства, соціальних змін. Дослідження допомагає виявити архаїчні патерни, що могли (свідомо чи несвідомо) впливати на формування стереотипів або, навпаки, наділяти жінку особливими сакральними функціями, які виходять за межі патріархальних обмежень. Це відкриває нові перспективи для інтерпретації сучасних гендерних питань крізь призму культурної історії.

Уявлення, закорінені у міфологічних образах, можуть (хоч і опосередковано) впливати на сучасні соціальні ролі та очікування від жінок, на ставлення до них у суспільстві. Розуміння походження цих уявлень є важливим для конструктивного діалогу про місце жінки у сучасному українському

суспільстві, подолання застарілих стереотипів та підтримки позитивних, життєствердних образів.

Дослідження міфологічного образу жінки в українській культурі є актуальним з огляду на його фундаментальне значення для розуміння національної ідентичності, світогляду, культурного коду, а також у контексті сучасних гендерних і соціальних викликів. Воно має важливе науково-теоретичне та практичне значення, дозволяючи систематизувати знання про українську міфологію і розширити уявлення про місце жінки у традиційній культурі.

**Мета та завдання кваліфікаційної бакалаврської роботи.** Метою проекту є розкриття та популяризація міфологічного образу жінки в українській культурі шляхом створення двомовної інстаграм-сторінки.

Завдання роботи:

- Опрацювати наукові джерела, присвячені дослідженню української міфології, символізму, образу жінки в культурі.
- Провести детальне дослідження першоджерел (народні казки, легенди, пісні, обряди) для ідентифікації різноманітних жіночих архетипів (наприклад, Берегиня, Мавка, Русалка, Відьма, Богиня-Матір) та їх символічного значення.
- Дослідити сучасні тенденції використання соціальних мереж для популяризації української культури та визначити особливості платформи інстаграм.
- Розробити концепцію та структуру двомовної інстаграм-сторінки, що включає візуальне оформлення, контент-план, рубрикацію та методи подачі інформації, орієнтовані на залучення аудиторії.
- Створити та наповнити інстаграм-сторінку якісним, верифікованим і візуально привабливим контентом, що ефективно презентуватиме міфологічні образи жінок, використовуючи поєднання текстів, зображень та можливих інтерактивних елементів.

- Проаналізувати ефективність створеної інстаграм-сторінки на основі показників залучення аудиторії, охоплення та зворотного зв'язку.

**Об'єкт дослідження:** Міфологічний образ жінки в українській культурі.

**Предмет дослідження:** Міфологічна проблематика у контексті запиту на популяризацію української культури та її розкриття за допомогою медіапроєкту про міфічні жіночі образи

**Методи дослідження.** Основними методами дослідження є : теоретичний аналіз (він передбачав ґрунтовне вивчення широкого спектра джерел, включаючи наукові праці з міфології, фольклористики, культурології, що висвітлюють міфологічний образ жінок в українському та слов'янському контекстах; безпосередньо фольклорні джерела: міфи, легенди, казки, обрядові пісні, замовляння, прислів'я та приказки, де фіксуються уявлення про жіночі образи (наприклад, Берегиня, Мокош, мавки, русалки); літературні твори, що базуються на фольклорних мотивах (твори Лесі Українки, Ольги Кобилянської, Михайла Коцюбинського тощо)), створення контенту та замір його ефективності та впливу на аудиторію за допомогою цифрових інструментів (написання текстів дописів, адаптованих для формату соціальних мереж: лаконічних, інформативних, доступною мовою; підбір або створення візуального контенту (ілюстрації, фотографії, колажі), що відповідає темі та візуальній концепції сторінки, аналіз фідбеку від цільової аудиторії), порівняльний аналіз (вивчення онлайн-проєктів, які мають схожу мету або використовують подібні формати, особливо ті, що функціонують у двомовному режимі.)

**Структура проєкту.** Перша частина роботи присвячена теоретичному обґрунтуванню. Вона включає аналіз релевантних наукових джерел, фольклорних текстів та культурологічних досліджень, що розкривають сутність жіночих архетипів та міфологічних постатей в українській культурі – від Берегині до Мавки, від домашніх духів до божеств. У ньому досліджена історія їх походження, функції, трансформації та місце у світогляді українців. Крім того, теоретична частина обґрунтовує вибір інстаграму як платформи для представлення цього матеріалу, аналізує особливості формування освітнього

контенту в соціальних мережах та визначає цільову аудиторію проєкту. Друга частина є практичною, що відображає процес створення та наповнення цієї інстаграм-сторінки. Вона включає: розробку концепції та візуального стилю сторінки; систематизацію зібраного теоретичного матеріалу та його адаптацію для формату інстаграм-публікацій; створення оригінального текстового контенту для постів та stories українською та англійською мовами, що забезпечує двомовність проєкту; підбір та обробку ілюстративного матеріалу – етнографічних зображень, сучасних художніх інтерпретацій міфологічних образів. Третя частина має аналітичний характер. У ній здійснено аналіз ефективності реалізації проєкту в цифровому середовищі. Зокрема, оцінюється динаміка розвитку інстаграм-сторінки, залучення аудиторії, охоплення, взаємодія з контентом, зворотний зв'язок користувачів та рівень зацікавленості тематикою міфологічного образу жінки. Аналітична частина дозволяє оцінити, наскільки ефективним є використання соціальних мереж для популяризації національної культурної спадщини та архетипних жіночих образів. У завершальній частині дипломної роботи – висновку, ми підсумовуємо результати проробленої роботи, оцінюємо успішність реалізації концепції двомовної інстаграм-сторінки та її потенціал у популяризації міфологічного образу жінок в українській культурі серед широкої аудиторії.

## РОЗДІЛ I

### ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІФОЛОГІЧНОГО ОБРАЗУ ЖІНКИ В УКРАЇНСЬКІЙ КУЛЬТУРІ ТА СТВОРЕННЯ АВТОРСЬКОГО ПРОДУКТУ НА МІФОЛОГІЧНУ ТЕМАТИКУ

#### 1.1. Визначення термінології, стан наукової розробки проблеми та джерельна база

Оскільки медіапроект зосереджений на українській міфології, ми поставили першочергову мету глибше осягнути, що саме означає «міф» та «міфологічний образ». Міф є однією з найдавніших форм людського світогляду, що відображає уявлення про походження світу, людини, богів, природних явищ через символічні оповіді. Відомий дослідник міфології Мірча Еліаде визначав міф як «священну історію», яка розповідає про події, що відбувалися на початку часів, встановлюючи моделі для всіх значущих дій людини. За його словами, «міф сповіщає про створення, про те, як щось було створено або як поведінка була встановлена» [7, с. 51]. Міф не просто розповідає історію, він є живим елементом культури, який відтворюється в ритуалах, віруваннях, мистецтві та повсякденному житті. Міфологічні образи не існують ізольовано; вони глибоко вкорінені у культурний контекст і формують уявлення про гендерні ролі та стосунки. В українській культурі міфи про жіночі постаті вплинули на формування народних уявлень про ідеальну жінку (берегиню, працювиту господиню), небезпечну жінку (відьму, спокусницю) та жінку, пов'язану з надприродним. У цьому контексті, дослідження міфологічного образу жінок в українській культурі є актуальним, оскільки дозволяє глибше зрозуміти витоки гендерних стереотипів, символічний капітал жіночих образів та їхню роль у формуванні національної свідомості.

Перші спроби систематизації та аналізу українських міфологічних уявлень, включаючи жіночих персонажів, були зроблені етнографами та фольклористами XIX – початку XX століття. Видатні постаті цього періоду, такі як Яків Головацький, Павло Чубинський, Володимир Гнатюк, збирали та

публікували матеріали народних вірувань, легенд, переказів, обрядових пісень, де фігурували різноманітні міфологічні істоти та персонажі. Ці праці, хоча й не завжди мали глибокий теоретичний аналіз міфу як явища, заклали фундамент для подальших досліджень, зібравши цінний емпіричний матеріал. Значний внесок у вивчення української міфології зробив Іван Франко, який у своїх працях аналізував народні вірування, демонологію та міфологічні мотиви у фольклорі та літературі. Його дослідження про слов'янську та українську міфологію, хоч і написані з позицій свого часу, досі залишаються важливим джерелом для розуміння давніх уявлень, зокрема про духів природи (русалки, мавки) та інших демонологічних персонажів, серед яких значна частина – жіночого роду.

Серед сучасних дослідників, які активно досліджують проблематику української міфології та зокрема жіночих образів, слід виділити праці Галини Лозко, Василя Войтовича, Олени Таланчук та інших. Галина Лозко у своїх роботах послідовно відстоює ідею існування розвиненого давньоукраїнського пантеону з чітко вираженою постаттю Великої Богині-Матері. Вона аналізує вірування, пов'язані із Мокошею як богинею долі, прядіння та покровителькою жінок, а також розглядає культ Березині як відображення давніх уявлень про захисниць роду та дому. Її підхід часто базується на порівняльному аналізі слов'янських та індоєвропейських міфологій, а також на інтерпретації фольклорних та етнографічних даних крізь призму реконструкції язичницьких вірувань [10]. Василь Войтович у своїй монументальній праці «Українська міфологія» [6] зібрав величезний матеріал, систематизувавши відомості про різних персонажів українських міфів, легенд та вірувань, включаючи численні жіночі образи – від богинь до духів природи та демонічних істот. Його дослідження охоплює широкий спектр персоналій та явищ, що дозволяє отримати уявлення про багатство та різноманітність українського міфологічного світу. Олена Таланчук зосередилася на дослідженні українського народознавства та міфології, аналізуючи архаїчні вірування та символіку. Її праці допомагають зрозуміти глибинні зв'язки міфологічних образів з народним світоглядом, обрядовістю та повсякденним життям. Вона досліджує такі постаті, як Доля,

Недоля, аналізує роль жінки в обрядах життєвого циклу, що також пов'язано з міфологічними уявленнями. [1]

Таким чином, дослідження міфологічного образу жінки в українській культурі опирається на значний науковий доробок та різномірну джерельну базу. Аналіз цих матеріалів дозволяє не тільки реконструювати давні уявлення, але й простежити еволюцію жіночих образів під впливом історичних, соціальних та релігійних змін, виявити їхню символічну багатозначність та актуальність для сучасної культури.

## **1.2. Теоретичне обґрунтування ролі Instagram як візуальної платформи для популяризації культурної та міфологічної тематики**

У своєму медіапроекті ми обрали одну з найпоширеніших та водночас найдинамічніших форм сучасної комунікації – соціальну мережу інстаграм. Формат сторінки дозволяє створити візуально насичений, структурований і водночас доступний простір для поширення культурного, історичного та мистецького контенту. Наш проєкт – це двомовна інстаграм-сторінка, яка досліджує та репрезентує міфологічний образ жінки в українській культурі. Вибір саме цієї платформи зумовлений її популярністю серед молоді та активної аудиторії, здатністю поєднувати текст, ілюстрацію й відеоконтент, а також можливістю налагодження швидкої зворотної комунікації з підписниками.

Ця платформа, яка з моменту свого запуску у 2010 році швидко трансформувалася з сервісу для публікації фотографій у потужний візуальний медіаінструмент, стала осередком нових форм цифрового нарративу, візуальної культури й особистісного брендингу. Одним із ключових чинників вибору цієї платформи є її візуальна природа, що дозволяє створити цілісний естетичний простір, де візуальний контент несе не менше значення, ніж текстовий. Крім того, інстаграм забезпечує масовий доступ до аудиторії, особливо молоді (18–34 років), яка є основним споживачем соціальних мереж. За даними DataReportal (2024), платформа нараховує понад 2 млрд активних користувачів щомісячно [18]. Вона дає змогу комбінувати візуальний контент, короткі аналітичні тексти

та інтерактивні елементи, як-от опитування чи реакції, що робить її ефективним інструментом для культурно-просвітницької діяльності. Варто зазначити, що інстаграм також забезпечує структуровану подачу інформації. Через серії публікацій, тематичні рубрики у Highlights, логіку стрічки або добірки можна будувати послідовні наративи, які підсилюються візуальним рядом. Це надзвичайно важливо для проєкту, присвяченого жіночим архетипам у міфології, де образ має не менше значення, ніж опис. Ще однією перевагою є можливість двомовної подачі контенту, яка сприяє одночасно і внутрішньому культурному розвитку, і зовнішній культурній дипломатії. Формат платформи дозволяє інтегрувати українську й англійську мови в єдиному дописі, що створює додаткові можливості для міжнародного поширення проєкту.

## РОЗДІЛ II

### СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ

#### 2.1. Аналіз конкурентних медіапроектів

Наш медіапроект – це двомовна інстаграм-сторінка «RUSALOSHKY» (українською й англійською мовами), присвячена дослідженню та візуалізації міфологічного образу жінки в українській культурі. Цей образ формується через народну міфологію, фольклор, літературу, а також через сучасні візуальні інтерпретації, і проєкт має на меті представити його в доступній та креативній формі широкій аудиторії. Формат інстаграм дозволяє поєднувати зображення, ілюстрації, фотографії та короткі пояснювальні тексти, що відповідає сучасним способам споживання інформації, особливо серед молоді.

Цільова аудиторія проєкту – зацікавлені у культурі користувачі інстаграм віком від 18 до 35 років, які захоплюються українською міфологією, візуальним мистецтвом, ідентичністю та новими підходами до культурної спадщини. Двомовність дозволяє охопити не лише українську, а й міжнародну аудиторію, серед якої зростає інтерес до слов'янської міфології, символізму та жіночих образів у традиційних культурах.

На українському та міжнародному ринку вже існують медіаресурси, які частково зачіпають тему міфології або культурних архетипів. Нижче наведено кілька прикладів, які слугують базою для порівняння:

#### Українські медіа

1. **Антологія українського міфу:** багатотомне видання, що є спробою систематизувати й осмислити величезний світ української дохристиянської міфології. Книга охоплює народні уявлення, звичаї, обряди, вірування та повір'я, почерпнуті з наукових праць, літературних творів, архівних і польових джерел. Видання побудоване за тематичним принципом, що дозволяє читачеві зануритися у різні аспекти українського міфологічного світогляду [2].

2. **Чарівний світ.UA:** амбітний і багатокомпонентний медіапроект, який ставить собі за мету збереження та популяризацію української міфології, інтегруючи її в сучасний культурний контекст і створюючи нові сенси. Проект не обмежується одним форматом, а використовує мультиплатформовий підхід. Це включає: мобільний додаток з доповненою реальністю, настільна гра, YouTube-шоу та соціальні мережі (Facebook, Instagram)[16].
3. **Український бестіарій:** це повнокольорове видання зі 108 сторінками, що містить ілюстрації від різних українських художників і короткі описи міфічних істот українською та англійською мовами. Важливою особливістю є додавання позначок на карті з місцями поширення духів, що додає інтерактивності та заглиблення в контекст [4].

### Іноземні медіа

1. **The Witcher:** популярність книжкової серії Анджея Сапковського й особливо ігрової та телевізійної адаптації «Відьмака» значно підвищила інтерес до слов'янського фольклору та міфології у світі. Багато іноземних медіа згадують слов'янську міфологію саме крізь призму цього феномену [3].
2. **The Slavic Myths:** книга є значним внеском у популяризацію слов'янської міфології для міжнародної англомовної аудиторії. Видана Thames & Hudson, ця книга вирізняється поєднанням художнього переказу міфів із науковим аналізом, що робить її доступною та водночас інформативною. Книга доповнена «зловісними ілюстраціями у стилі гравюр» від Джо МакЛарена, що значно покращує візуальне сприйняття та занурює читача в атмосферу слов'янських міфів [17].
3. **Mythoslavic:** профіль @mythoslavic – англомовний проект, присвячений слов'янській міфології та фольклору, який поєднує візуальний контент із подкастами. Кожен пост супроводжується

детальними описами, що розкривають суть міфологічного персонажа або явища. Подкасти, доступні через посилання в біо, поглиблюють розуміння теми та надають додаткову інформацію [19].

Проаналізувавши ці медіа, можна виявити такі переваги та недоліки:

#### **Переваги :**

- **Розмаїття форматів:** від традиційних книг і журналів до мобільних застосунків, соціальних мереж, відео- й аудіоконтенту. Це дозволяє охопити широку аудиторію та адаптувати міфологію до сучасного медіасередовища.
- **Візуальна привабливість:** яскраві ілюстрації, доповнена реальність, інтерактивні мапи роблять матеріал більш доступним і привабливим для молодшої аудиторії та користувачів соцмереж.
- **Популяризація через культуру та розваги:** міфологічні теми інтегруються у масову культуру (відеоігри, серіали, настільні ігри), що сприяє природному інтересу до них.

#### **Недоліки:**

- **Фрагментарність або надмірне узагальнення:** іноземні проекти подають слов'янську міфологію як єдиний цілий конструкт, ігноруючи унікальність українського культурного контексту. Українські видання часто зосереджені на деталях, але не завжди адаптовані до глобальної аудиторії.
- **Академічна або, навпаки, надмірно розважальна подача:** одні медіа грішать складною, науковою мовою, яка віддаляє читача, інші – спрощенням і примітивізацією теми заради візуального ефекту.
- **Мовний бар'єр:** багато якісних українських продуктів не перекладені іншими мовами, що обмежує їхній міжнародний вплив.

Відповідно, створений медіапродукт має низку конкурентних переваг:

- фокус на жіночому образі в українській міфології – темі, що досі лишається маргіналізованою або другорядною навіть у спеціалізованих медіа. Ми акцентуємо на символіці, емоційності, архетипах і ролі жінки у традиційній уяві;
- двомовний формат (українська/англійська) – дозволяє донести український культурний код до світової аудиторії, сприяє культурному діалогу й міжнародному розумінню;
- медійна адаптивність та сучасна подача – Інстаграм як платформа об'єднує візуальний контент, короткі тексти, відео та сторіс, створюючи динамічне середовище для пізнання.

## 2.2. Структура проєкту

На відміну від статичних форматів, як-от журнал, інстаграм-сторінка є динамічним, багат шаровим організмом. Її структура визначається не послідовністю сторінок, а логікою організації контенту у часі (постійні публікації, історії) та за тематичними блоками (хештеги, рубрики, закріплені історії – Highlights).

Основними структурними елементами інстаграм-сторінки проєкту є:

- Профіль (Profile), що включає аватар, назву сторінки, короткий опис (біо), посилання (за потреби) та закріплені історії (Highlights). Біо має чітко пояснювати тематику сторінки та її двомовний характер;
- стрічка публікацій (Feed): Основний простір для розміщення постійного контенту (пости, каруселі, відео). Саме тут реалізується основна частина дослідження через тематичні серії публікацій;
- історії (Stories): контент, що зникає через 24 години (якщо не закріплений). Використовується для анонсів, швидких фактів, опитувань, взаємодії з аудиторією, бекстейджів створення контенту;

- закріплені історії (Highlights): групування історій за темами, що дозволяє створити подобу «розділів» або «рубрик» на сторінці профілю. Це ключовий структурний елемент для навігації по основних тематичних блоках проєкту.
- Хештеги (Hashtags): Системне використання тематичних і навігаційних хештегів для категоризації контенту та полегшення пошуку.

**Створений медіапродукт має послідовну та чітку структуру, що включає у себе вступну частину та наступні публікації з розділами за архетипами та темами.**

Вступна частина має на меті анонсувати тему та мету сторінки, надати читачам коротке представлення проєкту, його місії та цілей у форматі закріплених дописів.

### **Основна частина**

Була представлена у вигляді регулярних серій дописів, що охоплюють ключові аспекти міфологічного образу жінки. Для зручності навігації використовувались хештеги-рубрикатори (наприклад, #mavka, #povitrylya, #mara), що дозволять користувачам швидко знайти потрібну інформацію. Основна частина контенту містить такі структурні елементи:

#### **Розділ 1. Spirits of Nature and Elements:**

- Підрозділ 1.1. Мавка: заглиблення в образ лісових духів, їхній зв'язок з душами померлих дітей. Символізм їхньої краси та небезпеки, особливості зовнішності (наприклад, відсутність спини).
- Підрозділ 1.2 Poludnytsia: розповідь про міфологічний образ Полудниці – духа, що з'являється в полях опівдні під час найспекотнішої пори дня. Її роль як охоронниці полів, яка може карати тих, хто працює в полудень, або, навпаки, допомагати. Опис її зовнішності (білий одяг, довге волосся) та символічного зв'язку з урожаєм і спекою.

- Підрозділ 1.3 Povitrulya: детальне висвітлення образу Повітруль, їхнього зв'язку з вітром, горами. Особливості зовнішності (руде волосся, вбрання з квітів), здатність допомагати закоханим та карати негідних.

## **Розділ 2. Goddes**

- Підрозділ 2.1. Mara: розкриття образу Марі як уособлення неминучого кінця, холоду та спокою. Її зв'язок із хворобами та циклом життя та смерті.
- Підрозділ 2.2. Mokosh: детальний аналіз ролі Мокоші як слов'янської богині, що уособлює родючість, прядіння, ткацтво та долю. Розкриття її зв'язку з вологою землею та покровительства над жіночим рукоділлям.
- Підрозділ 2.3. Lada: аналіз образу Лади як символу весни, сімейного благополуччя та любові.

## **Розділ 3. Women Wizards**

- Підрозділ 3.1. Bosorkanya: детальне висвітлення образу Босоркані – жінки-відьми, що особливо поширена на Закарпатті. Її зв'язок з атмосферними явищами (градом, дощем, буревієм), здатність перетворюватися на тварин (котів, собак), а також її функція як «та, що відбирає молоко у худоби» або «порадниця».
- Підрозділ 3.2. Baba Yaga: дослідження образу Баби Яги – поширеного в слов'янському фольклорі персонажа, що уособлює смерть, перехід та мудрість. Аналіз її зв'язку з потойбіччям, її ролі як випробувача героя та двоїстості її натури (може бути як злою, так і допомагати). Опис її хатинки на курячих ніжках та інших характерних атрибутів.

## **Розділ 4. Demons**

- Підрозділ 4.1. Nychnytsia: розгляд образу Нічниць – злих духів, що турбують дітей уві сні, викликаючи плач і безсоння. Опис їхніх функцій та способів захисту від них.

- Підрозділ 4.2. Veshtitsa: розгляд образу Вештиці – демонічної істоти, поширеної переважно в південнослов'янській міфології, що уособлює жіночий варіант вампіра.
- Підрозділ 4.3. Sirin: розгляд образу Сирін як райського птаха з дівочою головою, що своїм чарівним співом заманює людей. Аналіз її подвійної природи як символу краси та водночас небезпеки.
- Підрозділ 4.4. Pesygolovka: жіночий варіант міфічної істоти з псячою головою.

### 2.3. Жанрова палітра

Наш медіапроект базується на поєднанні декількох жанрів, які дозволяють гармонійно поєднати наукову достовірність, популярну подачу, естетичну візуалізацію та культурну глибину. Оскільки обраним форматом є двомовна інстаграм-сторінка, жанрова структура адаптована до особливостей соціальної платформи, де ключову роль відіграє лаконічність, інформативність і візуальність.

Основним жанром, на якому базується проєкт, є науково-популярна журналістика.

Усі публікації створені на основі історичних, етнографічних, фольклорних і культурознавчих джерел. Утім, подача матеріалу здійснюється простою, доступною мовою з метою зацікавити широку аудиторію – від підлітків до дорослих читачів. Завдяки цьому складні міфологічні образи жінок стають зрозумілими, актуальними та близькими до сучасного сприйняття. У контексті цього важливим елементом був аналіз культурних текстів (міфів, фольклору, мистецтва). Проводилося дослідження Він передбачає власне текстів міфів, записаного фольклору (казки, пісні, легенди, замовляння, прислів'я), а також візуальних і літературних творів, де представлені міфологічні жіночі образи. Такий аналіз дозволяє виявити ключові характеристики образів, їхні функції,

символізм, а також прослідкувати, як вони інтерпретувалися різними авторами чи спільнотами.

Крім того, використовувалась зображальна публіцистика та візуалізації адже для інстаграм-формату важливо створити візуальний акцент. Тому значну роль відігравали колажі, цифрові ілюстрації, стилізовані портрети міфологічних жінок .

Жанрове розмаїття проекту не тільки збагачує його зміст, а й відповідає мультимедійній природі інстаграм-платформи. Завдяки поєднанню науково-популярного, фольклорного, аналітичного та візуального компонентів, сторінка стає повноцінним культурним продуктом, що виконує як просвітницьку, так і естетичну функцію. Такий підхід дозволяє підписнику не лише отримати інформацію, а й зануритись у світ образів, значень та символів української міфології, відчутти її дотичність до сучасної ідентичності.

## **2.4. Зображальний матеріал та особливості оформлення**

### **Візуальний стиль**

Наш медіапроект реалізовано в рамках інстаграм-сторінки, тому ключовим елементом візуального оформлення стало створення естетично цілісного та впізнаваного стилю.

Кольорова гама обмежена природними, «земельними» кольорами – теракотовий, пісочний, бордовий, темно-зелений, білий – для створення глибокої асоціації з українським фольклором.

Крім того, важливим аспектом візуальної мови продукту була мінімалістична подача інформації, адже увага мала бути зосередженою на змісті, а не на візуальній перевантаженості.

Весь текстовий контент проекту подавався українською й англійською мовами. Для зручності читача обидві мови розміщувалися в дописах. Одна містилась на слайдах (англійська), інша – в описі (українська). Для текстів на

зображеннях використовувалися шрифти без зарубок, добре читабельні на мобільних пристроях.

**Загальна атмосфера** візуального контенту була направлена на те, щоб не лише передати інформацію, а й викликати емоційну реакцію: відчуття магії, захоплення, ностальгії. Ми прагнули створити елегантний, але трохи містичний настрій: поєднання ніжних пастельних тонів з акцентами темних відтінків мало створити відчуття плавного переходу між світом живих людей та світом духів. А завдяки чітко визначеним стилістичним компонентам (палітра, шрифти), кожен пост легко впізнається навіть у випадковій стрічці користувача.

## **2.5. Авторська ідея**

Авторська ідея проєкту полягає у створенні сучасного, візуально привабливого та змістовно насиченого медіапродукту, що популяризує тему жіночих образів в українській міфології серед широкої аудиторії, зокрема молоді. Через діджитал-платформу інстаграм ставило за мету зробити тему давньої міфології доступною, актуальною та цікавою для сприйняття в умовах сучасної культури.

Проєкт поєднує культурологічний аналіз архетипних жіночих образів з креативною візуалізацією і медіа-інструментами. Основна ідея – показати, що образ жінки в міфології не лише культурно значущий, а й має глибокий зв'язок із сучасною ідентичністю, духовністю, уявленнями про жіночність та роль жінки у суспільстві.

Проєкт реалізується у двомовному форматі (українською та англійською мовами), що розширює його аудиторію та сприяє інтернаціоналізації української культурної спадщини. Кожен пост мав інформативну частину з коротким описом образу, історичним контекстом, цитатами з фольклору або літератури, а також ілюстрації, стилізовані під сучасний естетичний формат інстаграм.

Практичне значення полягає в тому, що сторінка виконує не лише естетичну, а й освітню функцію: вона знайомить користувача з важливими аспектами української культури, стимулює інтерес до вивчення міфології, фольклору, сприяє переосмисленню жіночої ролі у формуванні національної ідентичності.

Проект демонструє, як традиційна тематика може бути адаптована до сучасних медіа з метою формування культурної обізнаності, популяризації історичної спадщини та створення нових культурних сенсів у візуально-комунікаційному просторі.

## **2.6. Особливості аудиторії**

Потенційна аудиторія інстаграм-сторінки, присвяченої міфологічним образам жінок в українській культурі, є досить широкою та водночас специфічною. Вона охоплює всіх, хто цікавиться українською культурою, історією, міфологією, мистецтвом, а також темами, пов'язаними з гендерними студіями та фольклористикою. Завдяки візуальному формату інстаграм та інформаційному наповненню, проєкт здатен зацікавити як фахівців у цих галузях, так і широке коло освічених користувачів, що шукають глибшого розуміння української спадщини. Білінгвальний формат (українською та англійською) значно розширює географічні межі аудиторії, роблячи її цікавою для української діаспори та іноземців.

Вікові характеристики аудиторії можуть варіюватися, але основне ядро, становлять люди віком від 18 до 45 років. Молодь (18–25 років) – це переважно студенти гуманітарних, мистецьких, культурологічних, історичних і філологічних спеціальностей, які шукають додаткову інформацію, візуальні матеріали та натхнення для навчання та досліджень. Ця група активно користується інстаграм, цінує якісний візуальний контент та інтерактивність. Середній вік (25–45 років) охоплює фахівців, які працюють у сфері культури, освіти, медіа, мистецтва, туризму, а також людей різних професій, які мають

глибокий інтерес до української історії та культури. Вони здатні сприймати більш аналітичний контент, але їх увагу привертає доступність та візуальна привабливість подачі.

Гендерний склад аудиторії, попри фокус на жіночих образах, є збалансованим, однак, усе-таки помітне невелике переважанням жінок. Жіноча аудиторія особливо цікавиться темою з точки зору ідентичності, ролі жінки в культурі та феміністичних інтерпретацій міфологічних образів. Чоловіча аудиторія, у свою чергу, зацікавлена темою з точки зору історії, міфології, мистецтва та загального розуміння культурного коду. Тема міфології та символізму є універсальною і приваблює людей незалежно від гендеру.

Географічно, окрім основної аудиторії в Україні, значну частину у перспективі становитимуть представники української діаспори по всьому світу. Для них двомовний формат сторінки є особливо цінним, оскільки дозволяє підтримувати зв'язок з українською культурою та передавати знання наступним поколінням. Також проєкт у майбутньому може зацікавити іноземну аудиторію – фольклористів, міфологів, митців або просто тих, хто відкриває для себе українську культуру крізь призму її яскравих міфологічних образів.

Таким чином, цільовою аудиторією проєкту є культурно активні, освічені люди різних вікових груп та географічного розташування, об'єднані інтересом до української міфології, культури, мистецтва та гендерної проблематики, які цінують візуальну привабливість та інформативність контенту, що подається у зручному для інстаграм форматі.

### РОЗДІЛ III

## ТЕХНІЧНІ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ

Для реалізації двомовної інстаграм-сторінки, присвяченої міфологічному образу жінки в українській культурі, використовувалися сучасні цифрові інструменти, зокрема платформи для графічного дизайну, редактори текстів, перекладацькі сервіси, мобільні додатки й аналітичні інструменти. Проєкт був розрахований на індивідуальну роботу, тому основний акцент зроблено на універсальних, доступних засобах, які можна ефективно використовувати навіть за обмежених технічних ресурсів.

Для створення візуального контенту сторінки використовувалися зображення з відкритих джерел. Усі візуальні елементи проходили попередню обробку: корекцію кольору, адаптацію до формату інстаграм (1:1, 4:5 або 9:16), додавання текстових елементів. Особливу увагу приділено авторському праву: належним чином у дописах згадувалися автори робіт.

Основним інструментом для створення графічного контенту стала онлайн-платформа Canva. Вона дозволяє швидко й ефективно працювати з дизайном, створювати пости та сторіс у форматах адаптованих під інстаграм, використовувати уже готові шаблони, додавати текст двома мовами, (українською та англійською), а також експортувати зображення у високій якості. Переваги Canva у тому, що у ній інтуїтивно зрозумілий інтерфейс, наявна велика бібліотека векторних зображень, іконок, шрифтів, а також доступна можливість колективної роботи над дизайном.

Для перекладу текстів з української на англійську використовувалися Google Translate (на етапі чорнового перекладу) та Grammarly (для редагування англійського тексту, стилістичної адаптації та виправлення граматичних помилок).

Публікація й адміністрування сторінки здійснювались безпосередньо через мобільний додаток інстаграм, з використанням його стандартного функціоналу: планування стрічки, додавання хештегів, робота з двома мовами у підписах

(подача тексту зручно структурована) та взаємодія з аудиторією (через Stories, коментарі, опитування).

Instagram Insights (вбудований інструмент статистики) дозволив відстежувати такі показники: охоплення та перегляди публікацій, залучення аудиторії, ефективність контенту (що працює краще: фото, ілюстрації чи текстові картки), географію підписників та часові піки активності.

Робота над проектом велася на персональному комп'ютері з базовими характеристиками, достатніми, щоб працювати з браузерними та десктопними застосунками без затримок, а також на смартфоні, що використовувався як для створення контенту, так і для керування інстаграм-сторінкою у мобільному режимі.

Усі технічні та програмні засоби, використані у реалізації сторінки, є доступними, зручними у користуванні та не вимагають спеціалізованої освіти чи значних фінансових витрат. Такий набір інструментів ідеально підходить для створення сучасного культурного медіапроекту в соціальних мережах. Успіх реалізації залежав насамперед від ідеї, змістовного наповнення, візуальної стилістики та регулярної комунікації з аудиторією.

## ВИСНОВКИ

Розроблений медіапроект – двомовна інстаграм-сторінка «RUSALOSHKY», присвячена міфологічному образу жінок в українській культурі, є актуальним і своєчасним інформаційно-просвітницьким продуктом. Він поєднує науковий аналіз фольклорно-міфологічних образів, їхню візуальну репрезентацію та доступність викладу завдяки специфіці обраної платформи. У сучасному інформаційному просторі, де спостерігається зростання інтересу до української культури як в Україні, так і за кордоном, існує потреба в якісних, візуально привабливих ресурсах, що розкривають глибинні аспекти національної ідентичності крізь призму її міфологічної спадщини. Саме цю прогалину, зосереджуючись на важливому та часто недооціненому аспекті – жіночих образах, і заповнює даний проект.

Проаналізувавши наявні медіаресурси, присвячені українській культурі, міфології чи фольклору, можна зробити висновок, що хоча існують окремі академічні праці, популярні статті або навіть інстаграм-сторінки на типову тематику, переважна більшість із них або є суто науковими і складними для широкої аудиторії, або, навпаки, надто поверхневими та візуально несистемними. Жодне з вивчених джерел не поєднує цілеспрямоване, глибинне дослідження саме жіночих міфологічних образів із форматом двомовної (українською та англійською) сторінки у соціальній мережі, оптимізованої для візуального сприйняття та взаємодії. Проект мав на меті подолати цей дисбаланс, зробивши багатогранний світ українських міфологічних жінок – від Берегині та Мавки до відьом і русалок – ближчим, зрозумілішим та захопливим для сучасної аудиторії, не втрачаючи при цьому наукової основи.

Вибір інстаграм як ключової платформи зумовлений її візуальною спрямованістю та популярністю серед цільової аудиторії, зокрема молоді. Формат дозволяє подавати складні етнографічні та культурологічні матеріали у вигляді лаконічних постів, що супроводжуються якісними візуалізаціями. Це сприяє кращому запам'ятовуванню й емоційному зв'язку з матеріалом. Використання двомовності принципово важливе для досягнення як української

аудиторії, так і для промоції української культури на міжнародному рівні. Кожен допис містить стислий опис образу, його символізму та поданий паралельно двома мовами, що робить контент доступним для ширшого кола користувачів, включаючи діаспору та всіх, хто цікавиться Україною за кордоном.

Особлива увага приділена візуальному оформленню сторінки. Стиль візуалізацій обирався з урахуванням архетипності образів та їх зв'язку з природою та фольклором. Використання автентичних мотивів, сучасної ілюстрації та продуманої кольорової палітри створює цілісний образ сторінки, що візуально приваблює та відповідає тематиці. Кожен зображальний елемент є не просто супутнім наочним матеріалом, а частиною розповіді про складний та багатогранний образ. Застосування хештегів спрямоване на стимулювання залученості аудиторії та формування спільноти навколо теми.

Основна ідея проекту полягала в популяризації та переосмисленні міфологічної спадщини українського народу крізь призму жіночих образів. Це не лише демонстрація традиційних уявлень, а й спроба показати живучість цих образів у сучасній культурі, їхній зв'язок із національною ідентичністю, а також можливості їхнього реінтерпретації. Проект прагнув показати багатогранність жіночих архетипів в українській міфології – від світлих, захисних сил до темних, стихійних, руйнуючи спрощені стереотипи. Зібрані матеріали охоплюють різноманітні аспекти: походження образів, їхні функції, зв'язок із конкретними природними явищами чи обрядами.

Цільова аудиторія проекту – це молодь, студенти, що вивчають культурологію, фольклористику, історію, а також широке коло осіб, які цікавляться українською історією, традиціями, міфологією та гендерними студіями. Двомовний формат та вибір платформи Інстаграм роблять проект ідеальним інструментом для охоплення як внутрішньої української аудиторії, так і міжнародних користувачів, які прагнуть краще пізнати Україну та її унікальну культуру.

Медіапроект «RUSALOCHKY» у форматі двомовної інстаграм-сторінки має значний потенціал до розвитку. Можливе розширення тематики (наприклад,

до інших міфологічних істот, обрядів, символів), залучення до співпраці більшої кількості ілюстраторів та дослідників, створення анімованого контенту, запуск серій Stories із глибшим зануренням в окремі теми або навіть організація онлайн-лекцій чи дискусій. Проєкт є живою платформою, яка може постійно адаптуватися та зростати, стаючи важливим ресурсом для збереження та промоції української культурної спадщини в цифрову епоху.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 100 найвідоміших образів української міфології / під заг. ред. О. Таланчук, Ю. Бедрика. К. : Автограф, 2007. 460 с.
2. Антологія українського міфу: етіологічні, космогонічні, антропогонічні, теогонічні, солярні, лунарні, астральні, календарні, історичні міфи: у 3-х т. [збір. та упоряд. В. Войтовича]. Тернопіль: Навчальна книга-Богдан, 2006. (Серія "Керниця"). Т. 2: Тотемічні міфи. 596 с.
3. Анджей Сапковський. Відьмак. Останнє бажання (Книга 1). Переклад з пол.: Сергій Легеза. Харків: Клуб сімейного дозвілля, 2016. 288 с.
4. Артбук Український бестіарій. URL: <https://malopus.com.ua/artbooks/artbuk-ukrayinskij-bestiarij> (дата звернення: 13.05.2025).
5. Войтович В. В. Міфи та легенди давньої України. Тернопіль: Навчальна книга - Богдан, 2005. 392 с.
6. Войтович В. М. Українська міфологія. К. : Либідь, 2002. 664 с.
7. Еліаде М. Священне і мирське. Міфи, сновидіння і містерії. Мефістофель і андрогін. Окультизм, ворожбитство та культурні уподобання. Київ: Основи, 2001. 116 с.
8. Кононенко О. Українська міфологія. Божества і духи. Харків: Фоліо, 2017. 191 с.
9. Костомаров М. Слав'янська міфологія. Київ: ФОП Стебляк О.М., 2014. 200 с.
10. Лозко Г. Берегиня: Богиня чи Русалка? *Сварог*. Вип. 6. 1997. С. 17–20.
11. Наталія С. Медіа в соціальних мережах: який контент цікавить аудиторію? URL: <https://tj.org.ua/media-v-soczialnyh-merezhah-yakuj-kontent-czikavyt-audytoriju/> (дата звернення: 15.05.2025).
12. Нечуй-Левицький І. Світогляд українського народу: ескіз української міфології. Київ: Обереги, 2003. 144 с.
13. Плачинда С. Міфи і легенди Давньої України. Київ: ФОП Стебляк О.М., 2015. 304 с.

14. Плачинда С. П. Словник давньоукраїнської міфології. Київ: Укр. письменник, 1993. 63 с.
15. Пуларія Т. Архетип, міф, символ: до співвідношення понять. *Аркадія*. №1(42). 2015. С. 19–25.
16. Чарівний світ. UA – українська міфологія. URL: <https://magicworld.com.ua> (дата звернення: 15.05.2025).
17. Charney N., Slapšak S. *The Slavic Myths*. London: Thames & Hudson, 2023. 256 p.
18. DATAREPORTAL. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report> (дата звернення: 13.05.2025).
19. Mythoslavic. URL: <https://www.instagram.com/mythoslavic/> (дата звернення: 15.05.2025).

## ДОКУМЕНТАЦІЯ

### Тексти авторських публікацій в інстаграм-медіа:

#### 1. Mavka

Mavka is the heroine of many Ukrainian literary works and not a very desirable meeting for men.

The beliefs about mavka are peculiar variations of the beliefs in mermaids and nymphs known to other peoples. According to folk tales, mavkas are the souls of children who were born dead or died unbaptized. They look like beautiful young girls (from another perspective, mavka are not so attractive because instead of a back they have a gap and insides are inside out); they leave traces of children's bare feet; they organize dances and games, especially «on the new moon». With their singing and attractive appearance, they lure boys to them and tickle them or lead them into obscurity.

The mavka's home, where they spend the winter, is always covered with grasses, flowers, and green carpets. And as soon as the snow melts, they run out into the forests and mountains, plant flowers, and bathe in lakes and rivers. And where the mavka dance, the grass grows better and thicker. In other words, they exist in harmony with nature and constantly nourish it.

In the summer, during the Green Holidays, people would bring sacrificial bread to the field for the mavka so that it would be fertile and any disaster would pass them by. In general, this period of the Green Holidays can be called the mavens' dominion. On Kupala, they organize dances and fun by the water, and during Midsummer Easter, they walk in the fields and forests with mermaids. On this day, people should not work or bathe in order not to anger them, and women who have lost their children unbaptized should invite other children to visit them and treat them to a meal.

#ukrainianmythology #mavka

#### 2. Poludnytsia

The Poludnytsia is a female spirit that appears at noon and punishes those who work at that time.

They appeared in the form of girls in white clothes or old women with grey hair. Sometimes, they were described as having hooves and the ability to change their height – they could become shorter than grass or grow taller than trees. A frequent attribute of the Poludnytsia is a sickle or scythe.

On hot days, especially during the harvest, she appeared in the fields and punished those who worked at noon. It caused dizziness, nausea, induced a deep sleep, could tickle people to death, or, in extreme cases, cut off the head.

In Ukrainian mythology, the Poludnytsia represented sunstroke. According to custom, one had to rest in the shade at noon. For those who lingered in the field or nearby, the Poludnytsia would start asking questions: how to process flax, prepare yarn, cloth, and shirts. If the culprit fails to answer, she sends illnesses. To avoid being punished, you have to describe the entire process of work in as much detail as possible, buying time. If a traveler had to stop near a field, they would leave a bowl of mead and a part of their meal at the place of rest to protect themselves from Poludnytsia.

Poludnytsia love to dance, and no one can out-dance them. They dance without tiring until the evening dawn. If there is a girl who manages to do this, then according to legend, the Poludnytsia will give her an unprecedentedly rich dowry.

Despite the cruelty attributed to Poludnytsia, they can only kill a worker or traveler who does not follow customs and lives a sinful life, disrespecting traditions.

#poludnica #ukrainianmythology

### 3. Povitrylya

A girl easy to fall in love with, but hard to keep. Povitrylya is a daughter of the Carpathian winds, a female being of incredible beauty. She appears as a long-haired beauty, most often with red hair, dressed in flowers or very revealing clothes. According to folk beliefs, Povitrylyas live in caves in the mountains and forests. In the mountain meadows, they are said to have their own flowerbeds where the most beautiful roses and medicinal herbs grow. Shepherds, wanting to gain magical power, try to steal these roses by climbing dangerous cliffs during Ivan Kupala (Midsummer) celebrations. You won't find grass growing on the mountaintops where Povitrylyas

dance, and livestock aren't allowed there because Povitrulyas might «spoil» them. They eat only deer milk, so they guard deer as their own property, herding them deep into the forest, far from hunters and other enemies. Povitrulyas drink only rainwater, so they love to stay in the clouds.

They have power over the winds and the element of air, where they feel as confident as Rusalkas do in water. They cause whirlwinds – spinning air currents from which their singing and the sound of their wings can be heard. They are beautiful singers, but their songs are not always understood or heard. Povitrulyas have a very changeable, capricious, and promiscuous nature. Their restless and freedom-loving spirit doesn't allow them to stay in one place for long.

According to folk beliefs, Povitrulyas don't interact with girls. Their focus is on boys, whom they can either kill or bless with their love. If Povitrulyas manage to catch a bad boy, they'll tear him to pieces by lifting him into the air. However, Povitrulyas fall in love with good boys. To gain a Povitrulya's love, a boy must be brave and pure. Such boys are taken by Povitrulyas to their homes. They also love those who play the flute or gusli beautifully. The only one the mischievous Povitrulya fears is the Chuhayster, a forest spirit who can sneak up on her in her sleep. Due to some mutual dislike, clashes between them end very badly.

#povitrulya #ukrainianmythology #womeninmythology

#### 4. Mara

Mara is a powerful figure in Slavic mythology. She's seen as the ruler of the Otherworld and the goddess of death, dark nights, and scary dreams. She embodies the unavoidable end, a necessary peace crucial for the cycle of life and death.

Mara most often appears as a pale-faced, dark-eyed maiden in white clothes, with long, unbound dark hair and sickles in her hands. Sometimes, she's shown as a hideous old woman in black robes holding a scythe.

In the harsh Slavic climate, winter is a time of struggle, cold, and quiet – and Mara is the personification of this fearsome natural force. She reigns when the land is covered in snow and ice, and life seems to pause.

Mara walks the world of the living, spreading diseases, quarrels, hostility, and lies. She appears at night, roaming among people's homes and calling out to the owners by name. If someone answers, they are believed to face death soon.

Mara is believed to be the mother of many evil spirits, illnesses, and unclean creatures. Specifically, she gave birth to 13 personifications of diseases from the Serpent (the guardian of the underworld). Each of these 13 daughters represents a specific illness she specializes in. Some of these illnesses include fever, deafness, fear, laziness, and various aches.

According to legends, Mara chases the pregnant sky goddess Koliada every year, trying to prevent the birth of the new Sun-god, Bozhyich, aiming to establish eternal night. However, with the help of other gods or by her own cleverness, Koliada constantly escapes Mara's dangers. The lives and deaths of both people and gods are in Mara's hands.

To please Mara, people wear amulets, embroidered on clothes or carved from simple materials. January 13th is considered the Day of the Goddess of Death, the peak of Mara's powers. On this day, all 13 of her daughters are believed to come out. People place milk, bread, and sweets near their doorsteps on this day, not for Mara, but for the domovyk (house spirit), so he has the strength to protect the house and its inhabitants from misfortune.

#mara #morena #ukrainianmythology #womeninmythology #goddess

## 5. Mokosh

Mokosh is an ancient Slavic goddess associated with fertility, marriage, fate, and feminine power. She is believed to be the wife of Veles, the god of livestock and the underworld, and is closely connected to traditional women's crafts such as spinning, weaving, and domestic life.

In Ukrainian folk culture, Mokosh represents female diligence, skill, and creative energy. She is the protector of pregnant women and motherhood, offering support to women in their everyday lives. As a just and wise guardian, Mokosh rewards the hardworking and honest, but punishes laziness and carelessness. In mythology, she

appears as the Great Mother — the primal source of life and death, a guardian of family and ancestral lineage, embodying wisdom, justice, and vital energy.

Legends say that Mokosh spins the thread of life, which is why she is also considered the patroness of spinners. She is deeply tied to moisture and water sources — rains, rivers, and springs. Devotion to Mokosh was often expressed at wells, where her image was placed along with a vessel, allowing travelers to drink and honor her.

Mokosh is also invoked by those seeking magical knowledge. It is with her permission that the magic of the spindle and embroidery is practiced. In folk tradition, a small spindle or distaff is often placed in a child's cradle to ensure peaceful sleep — a symbolic blessing from Mokosh.

Friday is Mokosh's sacred day, and there are twelve such Fridays throughout the year — one at the end of each lunar month. The most important of these are the ninth and tenth Fridays, which mark Mokosh's Week — the last Friday of October and the first Friday of November. These days were honored with rituals in sacred groves dedicated to the goddess, where women would gather for joyful celebrations and ceremonial dances.

#mokosh #ukrainianmythology #womeninmythology #goddess

## 6. Lada

Lada is an ancient Slavic goddess of love, harmony, spring, and fertility. She embodies «lad» — the concept of cosmic order, balance, and well-being. As the patroness of romantic love, marriage, feminine beauty, and happy family life, Lada symbolizes unity and peace, both in nature and in human relationships.

In mythology, Lada is portrayed as a beautiful woman crowned with flowers and wheat ears, radiant with sunlight. She represents feminine purity, loyalty, devotion, and maternal love. In early Slavic texts, the word "lado" was used as a tender term for a wife or beloved woman. The root «lada» or «ladna» meaning «beautiful woman» still appears in various Slavic languages today.

Lada is also the goddess of spring awakening, new life, and agricultural abundance. She revives nature after winter, blesses the earth with fertility, and brings growth and

renewal. Her love is seen as a creative force that brings everything to life, ensuring the continuation of generations and giving purpose to existence.

According to old beliefs, after death, the souls of the righteous turn into sparks. Lada carries these sparks back to the human world, placing them in the wombs of women who long to become mothers. Because of this, she was honored as the protector of pregnancy and fertility, especially by those hoping to conceive.

Festivals dedicated to Lada were traditionally held in May and early June. These were joyful days filled with dancing, singing, games, and communal celebration. People made offerings to Lada in hopes of a bountiful harvest or family happiness. Her offerings included pancakes, porridge, bread, honey, milk, pies, grains, butter, textiles, wool, seeds, and animal pelts such as those of martens, ermines, and sables. Women struggling with infertility would bring generous gifts and prayers, asking Lada to bless them with a child.

#lada #ukrainianmythology #womeninmythology #goddess



## АНОТАЦІЯ

**Мельниченко С.С.** Міфологічний образ жінок в українській культурі: створення двомовної інстаграм-сторінки.

Ключові слова: *міфологія, жіночі архетипи, українська культура, Instagram, двомовність, візуалізація, медіапроект, фольклор, культурна спадщина.*

Бакалаврська робота присвячена дослідженню міфологічного образу жінки в українській культурі та реалізації авторського медіапроекту — двомовної інстаграм-сторінки, яка популяризує традиційні жіночі архетипи через візуальні та текстові наративи.

Проект фокусується на висвітленні жіночих персонажів української міфології (таких як Мокоша, Мавка, Полудниця, Босорканя) як носіїв культурної пам'яті, сили, трансформації та символізму. Через поєднання науково-популярного викладу, естетично продуманого візуального контенту та інтерактивної подачі, сторінка спрямована на переосмислення традиційної міфології в контексті сучасної ідентичності, фемінізму та діджитал-культури.

Особливу увагу приділено двомовному формату (українська/англійська), що розширює межі сприйняття контенту як для внутрішньої, так і для міжнародної аудиторії. У роботі досліджуються цільові аудиторії, їхні соціокультурні характеристики, а також технічні та програмні засоби, використані для реалізації проекту (Canva, Instagram Insights).

Ключовим результатом проекту стало створення публічного цифрового простору, де міфологічна жіноча спадщина подається у візуально привабливій та концептуально цілісній формі, що відповідає запитам молодшої аудиторії.

Проект має як культурно-просвітницьку, так і аналітичну цінність, адже не лише відображає глибинні символи української міфології, але й демонструє, як цифрові інструменти можуть служити засобом збереження нематеріальної спадщини. Результати роботи відкривають перспективи для подальших досліджень у сфері діджиталізації культури, візуальної комунікації та сучасного фольклорного наративу.



## ANNOTATION

### **Melnychenko S.S. Mythological image of women in Ukrainian culture: creation of a bilingual instagram page.**

Keywords: *mythology, female archetypes, Ukrainian culture, Instagram, bilingualism, visualization, media project, folklore, cultural heritage..*

The bachelor's thesis is devoted to the study of the mythological image of women in Ukrainian culture and the implementation of the author's media project, a bilingual instagram page that popularizes traditional female archetypes through visual and textual narratives.

The project focuses on highlighting female characters of Ukrainian mythology, such as Mokosha, Mavka, Poludnytsia, Bosorkanya, as carriers of cultural memory, strength, transformation, and symbolism. Through a combination of popular science presentation, aesthetically designed visual content, and interactive presentation, the page aims to rethink traditional mythology in the context of modern identity, feminism, and digital culture.

Particular attention is paid to the bilingual format (Ukrainian/English), which expands the boundaries of content perception for both domestic and international audiences. The paper explores the target audiences, their socio-cultural characteristics, as well as the technical and software tools used to implement the project (Canva, Instagram Insights).

The key result of the project was the creation of a public digital space where the mythological female heritage is presented in a visually attractive and conceptually coherent form that meets the needs of a young audience.

The project has both cultural and analytical value, as it not only reflects the deep symbols of Ukrainian mythology, but also demonstrates how digital tools can serve as a means of preserving intangible heritage. The results of the work open up prospects for further research in the field of cultural digitalization, visual communication, and contemporary folklore narrative.