

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Факультет журналістики
Кафедра міжнародної журналістики

БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**Перемога через стиль. Вплив українського стилю на війну та світ:
створення та наповнення інстаграм-сторінки**

групи МЖб-2-21.4.0д

СВО бакалавра

галузі знань 06 Журналістика

спеціальності 061 Журналістика

освітньої програми 061.00.05

Міжнародна журналістика

Самсоненко Єлизавети Володимирівни

Науковий керівник: Даниліна О.В.,
кандидат філологічних наук, доцент
кафедри міжнародної журналістики

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

Кількість балів: ____ Оцінка: ECTS ____

(підпис студента) (ініціали, прізвище)

Голова комісії

(підпис)

(ініціали, прізвище)

Допускаю до захисту перед ЕК

В.І.Терещук

Члени комісії

завідувач кафедри

міжнародної журналістики

(підпис)

(ініціали, прізвище)

(підпис)

(ініціали, прізвище)

(підпис)

(ініціали, прізвище)

Студентки (-та) 4 курсу,

м.Київ – 2025 рік

Зміст

ВСТУП	2
РОЗДІЛ 1	6
Теоретичні засади	6
РОЗДІЛ 2	8
Специфікація продукту	8
2.1. Обґрунтування інформаційного проєкту	9
2.2. Структура	11
2.3. Жанрова палітра.....	12
2.4. Зображальний матеріал та особливості оформлення (для друкованих та інтернет проєктів).....	14
2.5. Авторська ідея.....	15
2.6. Особливості аудиторії.....	16
РОЗДІЛ 3	18
Технічні та програмні засоби, необхідні для втілення проєкту	18
Висновки.....	20
2.8. Список використаних джерел	22
2.9. Документація.....	24
2.11. Анотація.....	62

ВСТУП

Актуальність вибору теми

Одяг вже давно перестав бути просто елементом гардеробу, це рупор голосу, засіб впливу, свідомо позиція, збереження історичних цінностей і відродження забутих традицій. Формування власного стилю демонструє унікальність, прояв свого характеру та позиції, бо купуючи елементи вбрання, ми автоматично підтримуємо політику бренду.

Позначка «Made in Ukraine» стала синонімом якості та предметом гордості. Сфера моди завжди залишається актуальною, адже це те, що оточує нас щодня: ми всі є споживачами, коли купуємо нові речі. Під час повномасштабного вторгнення чимало сфер зазнали труднощів у роботі. Саме зараз важливо показувати незламність і мужність наших культурних діячів у цій галузі й те, як їм вдається адаптуватися та продовжувати свою справу. Сьогодні, одягнувши базову футболку, ми автоматично можемо допомагати боротися проти ворога через соціальну позицію брендів та їхній внесок. Через стиль спостерігається стрімкий розвиток індустрії моди та розширення охоплення міжнародної аудиторії. Українські бренди презентують свої колекції на провідних Тижнях моди, заохочуючи інтерес світової спільноти. Завдяки ширшому охопленню з'являється можливість розповідати глобальній аудиторії про ситуацію в Україні, відкривати збори та благодійні проекти на підтримку.

Стежити за розвитком вітчизняних дизайнерів не лише цікаво, а й корисно. В одязі й аксесуарах відчутно простежується тенденція до повернення архаїчних елементів, традицій декорування, а також те що цьому сприяло і як це відображається в сучасності. До прикладу українські виробники, які транслюють збереження історії через дизайн виступають: Vita Kin, ETNODIM, Litkovska, GUNIA. Інструмент комунікації, який транслює світові унікальність української культури.

Масштабні збори, благодійність та вплив української модної індустрії на світовій арені — усе це формує новий образ нашої держави. Користь мого медіапродукту — це надання знань про українську моду: останні новини про дизайнерів та бренди, їхні історії, шлях, вклад і допомогу. Це дає змогу свідомо обирати на величезному ринку конкурентів саме тих, хто поділяє важливі цінності.

Мета та завдання кваліфікаційної бакалаврської роботи полягає у висвітленні розвитку української індустрії моди під час повномасштабного вторгнення; розповіді

про українських дизайнерів і бренди, їхній вплив та історико-культурний розвиток, що утворив унікальний сучасний стиль, в якому присутня автентична символіка нації, як в Україні, так і за її межами; акцентуванні на благодійності, волонтерстві та допомозі з боку виробників, підприємств та дизайнерів. Завдання:

- Проаналізувати особливості розвитку української модної індустрії в умовах повномасштабної війни.
- Визначити провідних українських дизайнерів та бренди, що продовжують активну діяльність під час війни.
- Створити Instagram-сторінку для україномовної аудиторії.
- Придумати ім'я-бренду власному медіапродукту, що точно описує.
- Зробити контент-план публікацій.
- Розробити веб сайт англійською мовою для залучення міжнародної аудиторії.
- Дослідити вплив української моди на суспільство всередині країни та за її межами.
- Висвітлити приклади благодійних, волонтерських ініціатив у сфері моди.
- Оцінити роль моди як інструмента донесення інформації.

Об'єкт дослідження: українська мода її розвиток та вплив під час повномасштабного вторгнення. Після визначення чіткого об'єкту дослідження, вийшов **предмет дослідження** — модна сфера України сьогодні розглядається не лише як креативна індустрія, а як важливий фактор національної ідентичності, культури та історичної спадщини. У час повномасштабного вторгнення мода стала не лише засобом самовираження, а й потужним інструментом комунікації та підтримки. Помітний інтерес до традиційних елементів в одязі: вишивок, символів, національної кольорової гами. Попри складні обставини, українські бренди демонструють здатність до адаптації. Багато брендів активно долучаються до благодійних і волонтерських ініціатив — започатковують фонди, передають частину прибутків на допомогу армії чи постраждалим, створюють спеціальні патріотичні колекції. Так українська мода стає не тільки про безумовний стиль, а про глибокий сенс, відновлення культури і її поширення в маси. Фешн-журналістика активно висвітлює новини моди та постійно розширює свої масштаби, привертаючи увагу наших та іноземних читачів.

Методи дослідження:

- Аналіз онлайн-видань — дослідження публікацій провідних українських модних медіа, зокрема Vogue, Vogue Ukraine, ELLE UA, Marie Claire UA, з метою виявлення тенденцій розвитку української моди у контексті війни.
- Дослідження інтернет фешн медіа України та інших країн в інстаграм, щоб зрозуміти конкурентів і їх стратегію подання інформації
- Контент-аналіз наповнення, структура написання, взаємодія з аудиторією.
- Аналіз літературних записів, які відповідають тематиці, для розширення знань у вузьких аспектах.

Структура роботи

Творчий проєкт складається з двох частин:

Теоретичної — обґрунтування необхідності створення медіапродукту, який має на меті повноцінно висвітлити розвиток і просування модної індустрії під час повномасштабного вторгнення, а також її вплив на український та міжнародний ринки. У цій частині розглядаються нові актуальні колаборації, релізи, колекції з національним духом, успіхи українських дизайнерів та їх шлях. Участь культурних діячів у благодійних ініціативах, волонтерство, збори.

Практичного додатку — матеріалів, який супроводжується виготовлення медіапродукту. А саме: наповнення інстаграм сторінки для україномовної аудиторії та сайт для іноземних читачів.

РОЗДІЛ 1

Теоретичні засади

Один із перших наймасштабніших зборів у сфері української моди, який слугує яскравим прикладом того, як ця індустрія може допомагати під час воєнного стану, став «Fashion-збір на 1 мільйон гривень». 22 провідні українські бренди об'єднали свої сили. Організатором став український виробник jul.com.ua. Збір був приурочений до Дня Незалежності. У результаті вдалося зібрати навіть більше запланованої суми на потреби 47-ї окремої механізованої бригади «Магура».

Роботу з аналізом розпочато з найбільших медіа видань України. Увага звертається на ті, що мають онлайн ресурси у вигляді сайту та діючу інстаграм сторінку, що відповідає тематиці бакалаврської роботи. Розглядаючи Vogue Ukraine, як проведене глянцева онлайн видання країни про моду, аналізуються ключові методи специфіки подання контенту, які б також можна застосувати на практиці. Спершу сама назва Vogue викликає довіру, через багаторічний стаж, з 2013 року міцно тримає позиції у рядах фешн журналістиці. Завдяки оперативності подання інформації, достовірності фактів, ексклюзивним інтерв'ю та авторським матеріалом видання набуває високого рівня серед читачів. Приділяючи увагу наповнення інстаграму, помітні зміни після початку повномасштабного вторгнення. Так яу платформа є з міжнародними новинами в сфері моди, то наразі акцент направлен більше на українське, зросла кількість патріотичного та соціального підґрунтя, що є більш доцільним сьогодні. Vogue Ukraine інтегрує українську культурну ідентичність у модний простір, стаючи місцем для популяризації культури. Тож наразі успішність фешн медіа тільки зростає. Окремо звернути увагу варто на останні виходи номерів глянцею Журнал "VOGUE UKRAINE EDITION" №9 весна 2025, на обкладинках яких представлено успішних моделей з українським корінням, що до цього було не притаманно, це свідчить про фокусування на внутрішньому ринку. Дописи про бренди, події мистецтва, дизайнерів містять в собі не просто новинну частину, а наголос на позиціях під час воєнного стану, їх вплив та робота, яка сприяє наближенню до перемоги. Як через моду транслюють стійкість та національну ідентичність. Команді вдалось створити онлайн середовище в соціальній мережі

Instagram, в якому підписники активно обговорюють та рефлексують в коментарях під постами.

РОЗДІЛ 2

Специфікація продукту

Бути свідомим у своєму виборі — це позиція, яка формується з часом. Щоб підтримувати економіку країни та бути в курсі останніх новин і зборів у модній індустрії, слід обирати якісні джерела з високим рівнем достовірності та оперативності у викладенні матеріалів.

У цифрову епоху ми споживаємо новинний контент здебільшого через онлайн-видання, цифрові платформи та соціальні мережі.

Актуальність запропонованої форми подачі у вигляді новинної стрічки в мережі Instagram полягає в тому, що, обираючи подану платформу, увага приділялась сучасним тенденціям. Саме через цей ресурс найчастіше поширюють інформацію у зручному та легкому для аудиторії форматі. Наразі короткі, «живі» публікації, відео й інтерактивний контент сприймаються краще та отримують більший охоплення. Через швидке гортання стрічки необхідно з першого фото чи заголовка зацікавити читача, щоб привернути і утримати його увагу. Instagram-медіа проєкт UAshion орієнтований на український ринок. Додатково був створений сайт-платформа для зарубіжної аудиторії, яка прагне дізнатися більше про українську національну культуру та її значення на міжнародному модному ринку. Цей ресурс зорієнтований на європейську та американську аудиторію.

Серед основних переваг проєкту виокремимо:

- індивідуальний підхід до подачі інформації;
- авторську візуалізацію та графічний дизайн в патріотичному забарвленні, що привертає увагу;
- якісне написання текстів із дотриманням журналістських стандартів;
- нові знання про історію стилів, шлях брендів та їх розвиток;
- оперативна відповідь і комунікація з аудиторією;
- вузька спеціалізація саме на українській моді та благодійній діяльності брендів і працівників дає змогу залучити нову аудиторію: як тих, хто тільки починає знайомство з модною сферою України, так і постійних читачів, які прагнуть отримувати актуальні новини.

Проект також формує коло однодумців — підписників, які можуть поділитися своїми враженнями та обґрунтовувати прочитане й побачене.

Перспективи в комерційній реалізації

Instagram-сторінка як незалежного видання UAshion має потенціал комерційної реалізації. Через цікаве і естетичне подання контенту, поступове буде формувати довіру аудиторії та створювати умови для майбутнього розвитку сторінки, а саме:

- співпраця з національними брендами на комерційних умовах, створювати спільні проекти. Як до прикладу сумісна колаборація Vogue Ukraine & Ugg «жінки очима жінок». Завдяки спільним проектам відбувається обмін аудиторією і ширше висвітлення тематики;
- запрошення на заходи як журналіста, незалежне медіа для розповіді про подію спеціально для видання;
- комерційне просування колекцій або соціальних ініціатив;
- зробити підписку на додатковий унікальний контент;
- персоналізований мерч від видання для прихильників;
- можлива розробка друкованого глянцю UAshion;

2.1. Обґрунтування інформаційного проєкту

Цільовий інформаційний ринок — Україна. Додатково, в межах розробки веб сайту, розглядаються також європейський та американський ринки. У сучасному медіапросторі України, особливо в умовах повномасштабної війни, мода перетворилася не лише на прояв креативності та натхнення, а й на потужний інструмент культурної самоідентифікації й благодійності. Тема одягу викликає значний інтерес, є актуальною та щоденно присутня в нашому житті.

Використовуючи Instagram як платформу, популярну як серед молоді, так і серед старшої аудиторії, було створено медіапродукт Uashion. Прикладом аналогічного медіа, що поєднує новинний сайт та активну сторінку в Instagram, є @elle.ua — модне видання, яке працює з 2001 року. Контент охоплює теми моди, світського життя, останніх подій у сфері культури. Вони висвітлюють як український, так і міжнародний новинний ринок. Контент не є вузькоспеціалізованим, що, з одного боку, дозволяє залучати широку аудиторію, але

з іншого — ускладнює визначення чіткого сегменту цільової аудиторії.

Також існують супутні проекти: Elle Business та Elle Decoration. Зазначено, що також в друк виходить глянець, який з 2021 року став повністю україномовним і слугує вдалим взірцем, як одного з найпопулярнішого видання.

Переваги @elle.ua:

- широке охоплення аудиторії завдяки активності в Instagram, на веб сайті та у друкованій пресі;
- різноманітний контент: мода, психологія, культура, спорт, здоров'є, дизайн;
- висока якість візуального оформлення: графіка, колажі, сучасна типографіка;
- аудіо- та відео контент;
- впізнаваний бренд, який формує довіру до медіа.
- Недоліки:
- через широту тем важко чітко окреслити цільову аудиторію.
- нейтральний стиль подачі, недостатньо адаптований під специфіку українського контексту;
- незначна увага до теми благодійності, яка є вкрай важливою в умовах війни.

Очікування й потреби української аудиторії:

- отримання якісного, локалізованого контенту в сфері моди;
- виражена позиція редакції;
- легкий і доступний формат, що сприяє залученню до благодійних ініціатив;
- естетичність, свіжість подачі, україномовний простір.

Концепція @uashion:

Мета — задовольнити інформаційні потреби української аудиторії. Тематика — український дизайн, благодійність, нові капсульні колекції українських брендів, розвиток індустрії під час війни.

Проект показує, як мода може бути формою протесту, способом збереження ідентичності, голосом нації.

Особливу увагу приділено:

- авторському дизайну контенту, що візуально вирізняє сторінку;
- регулярному плануванню стрічки;

- висвітленню благодійних ініціатив і зборів;
- створенню сайту з англomовним контентом для іноземців.

Унікальність @uashion:

На відміну від конкурентів, проєкт зосереджений на вузькій ніші — виключно українській моді та її ролі під час війни.

Одяг — не лише про тренди, а й про національну ідентичність, стійкість і культурний код. Через благодійність, традиції та дизайн — створюється нове осмислення моди як рушійної сили.

Проєкт також спрямований на популяризацію українських митців за кордоном та поширення української історії через моду.

Аналізуючи великих конкурентів, можна стверджувати, що затребуваність проєкту Uashion є високою завдяки локалізації тем та вибору нішевої, вузькоспеціалізованої тематики, спрямованої на висвітлення суто українського контексту. При цьому проєкт охоплює як національну, так і іноземну аудиторію.

2.2. Структура

Структурна складова медіапродукту Uashion полягає у створенні сторінки в соціальній мережі Instagram, яка розроблялась відповідно до класичних канонів, притаманних цій платформі. Було сформовано стрічку з плануванням публікацій, які попередньо класифікувалися за тематиками та візуально-естетичною складовою.

Обсяг і наповнення контенту становить понад 30 унікальних текстів, створених власноруч. Вони супроводжуються графічним дизайном: колажами, написами та фотографіями (використовувалися з відкритих джерел). Формат — поєднання текстового контенту та візуалізації. Присутні анонси матеріалів у форматі історій (Stories) соціальної мережі, також створено добірки «Актуальне», де пояснюється головна мета проєкту. Окрема рубрика присвячена визнанню українського дизайну — за підтримки та вибором відомих особистостей.

Кількість рубрик: біографії дизайнерів та їхній творчий шлях; благодійність і організація зборів; вплив української моди в умовах повномасштабного вторгнення; присутність на міжнародному ринку; успіхи та досягнення вітчизняних дизайнерів (участь у світових показах, отримання нагород); анонси нових колекцій, що несуть

національний характер; висвітлення історико-культурної спадщини через одяг; значення одягу сьогодні. Додаються відмітки дизайнерів та брендів, для їх звернення уваги. Отримано чимало реакцій і відповідей під постами у вигляді коментарів та вподобайок. До прикладу від виробників та творців: @animalism.shop, @estro.ua, @blackwood.bags, @tm.by.me. Для додаткового власного веб сайту англійською мовою, розглядалися класичного вигляду видання сфері модної індустрії України, таких як: Vogue ua, Elle ua, Marie Claire ua, провідними рубриками сайту є : charity, design, good to know, collaboration. Переклад рубрик: благодійність, дизайн, добре знати, колаборацій. Написання текстів з додаванням головних візуальних зображень. Містить розділи : Blitz — короткі замітки про актуальні новини в індустрії моди України. About — розповідається мета створення проєкту та ідея. Articles — головний блок зі статтями. Contact — методи зв'язку та комунікації.

2.3. Жанрова палітра

Обраний формат — сторінка в соціальній мережі Instagram. Максимальна кількість допустимих слів в одному пості становить приблизно 400 слів. Серед них спочатку відображаються близько 125 слів, після чого потрібно натиснути «читати далі», щоб побачити повний текст. Це свідчить про те, що подання новини має бути інформаційно стислим, з акцентом на найважливіше. Перша частина повинна привертати увагу, затримувати читача та спонукати його до взаємодії — коментарів, вподобайок, збережень, що підвищує охоплення.

Жанрові форми журналістських текстів на сторінці — це статті, огляди, добірки та аналіз подій, релізи, інформаційні замітки.

Обрані мною інформаційні жанри є найбільш актуальними для проєкту, адже вони повноцінно висвітлюють новини про сучасні тенденції, зокрема через огляди капсульних колекцій вітчизняних брендів.

Інформаційні замітки дозволяють подати стислий, але змістовний опис благодійних ініціатив і актуальних зборів, а також діяльності брендів у сфері допомоги.

Статті та аналітичні матеріали обґрунтовують теми та глибоко розкривають їхню суть, дотримуючись стандартів фактчекінгу: використано достовірні джерела,

дотримано відокремлення фактів від думок.

Потреби потенційної аудиторії полягають у отриманні якісного контенту на актуальну тематику, бажанні бути в курсі останніх подій та глибше пізнавати індустрію моди — від стилістики до автентичного українського дизайну. Аудиторія зацікавлена в підтримці вітчизняного виробництва та у виборі свідомих брендів, які дбають про екологічність і мають чітку позицію під час повномасштабного вторгнення.

Особлива увага у текстових матеріалах приділена додаванню традиційних елементів в одяг та символіки, як способу збереження національної ідентичності. Повага з боку закордонних ЗМІ, визнання на престижних преміях і тижнях моди, в яких беруть участь українські бренди, підкреслює значущість української модної індустрії на міжнародному рівні. Для вебсайту англійською мовою використано такі ж самі жанри, як : огляд, стаття, анонс тощо. Оформлено під класичний стиль провідних ЗМІ країни в сфері моди, виокремлено головне та подано з візуалізацією для зручності з акцентування на основній інформації.

2.4. Зображальний матеріал та особливості оформлення (для друкованих та інтернет проєктів)

Особливості мого візуального оформлення полягають в повністю персональному та унікальному дизайні. Самостійно розроблявся логотип та назва для проєкту Uashion. Який поєднав в собі два основних слова продукту: Ukraine та Fashion. Виконаний на м'ятому папері, що є провідною символікою мого дизайну та хвилястим шрифтом. Кольорова гама складається: з лимонного, синього та бежевого. Три основні відтінки під нумерацією: #FFF2BB, #2B4E9D, #EBEBDF. Що ілюструє патріотичність та відданість українській історії, при цьому подається в легкому форматі, естетично актуальній для сприйняття, дивлячись на тенденції соціальних мереж. Так як для публікацій в Instagram головна увага звертається на подачу, а потім на детальне наповнення. Використані редактори для створення дизайнерського наповнення: canva, photoshop. Притаманна мінімалістична стилістика, створювались колажі, рамки з підписами на зображеннях найголовнішого з текстового наповнення.

Провідна роль ілюстративного матеріалу, в доповненні тексту зображеннями є демонстрація головної тематики через візуалізацію. До прикладу про розбір новітньої колекції з додаванням українських елементів, показується для підтвердження наглядного факту. Шрифти дизайну: прописні, щоб створювати ілюзію ручного написання та жирні для виділення та привернення уваги.

Оформлення головної сторінки мого інстаграм проекту Uashion, включає логотип та короткий опис : «Перемога через стиль! Вплив українського фешену на війну і світ», що відразу робить наголос на провідному наповненні стрічки. Додане також посилання на англomовний веб сайт. Дизайн веб сайту виповнений в мінімалістичному стилі, білий фон та класичний чорний шрифт. Використовуються прописні літери та жирний курсив для виділення найголовнішого, плавна анімація, яка доповнює естетичну наповненість. Головна сторінка представляє собою 8 коротких оглядів, через які можна познайомитись з тематикою Uashion. Далі через панель «меню» можна перейти на інші розділи з повноцінними статтями. Для вебсайту було обране нейтральне забарвлення, а не патріотичне. Так як саме сайт розрахован на охоплення міжнародної аудиторії, щоб поширити українську культуру.

2.5. Авторська ідея

Ідея полягає в тому, щоб показати розвиток індустрії моди та українських дизайнерів, їхню адаптацію, позицію та допомогу під час повномасштабного вторгнення на територію України.

Мета — продемонструвати й довести, що одяг не є просто елементом гардеробу, а має великий вплив і може слугувати рупором голосу. Акцент моєї роботи — саме на позиціонуванні одягу як важливого інструменту впливу та поширення значущих меседжів як на території країни, так і у світі.

Йдеться про створення простору, платформи, де читачі, яких об'єднує ця тематика, зможуть вільно споживати якісний контент і ділитися своїми враженнями. Важливо також залучити як національну, так і міжнародну аудиторію з метою інформування та глибокого занурення у ключову тему.

Проект має на меті показати важливість носити й підтримувати українське виробництво, пояснити роль історичних орнаментів та візерунків на одязі, а також стати осередком інформаційного та благодійного фронту. Потенціал розвитку зумовлений актуальністю теми та методикою подання інформації, зростанням аудиторії, а також можливістю у майбутньому співпрацювати з дизайнерами та висвітлювати ексклюзивні події на інформаційних сторінках проекту Uashion.

У перспективі з розширенням охоплення відкривається можливість для колаборацій з іншими медіа у сфері української моди, щоб обмінюватися аудиторією та спільно створювати якісний інформаційний продукт. Наприклад, у форматі спецпроектів із виданням Marie Claire UA, яке активно працює над тематичними партнерськими матеріалами.

Практичне значення полягає в тому, щоб стати відкритим, достовірним і доступним джерелом інформації для широкого загалу.

2.6. Особливості аудиторії

Цільова аудиторія медіа проекту в соціальній мережі Instagram — це переважно жіноча частина населення України, а також молодь віком від 18 до 30 років, яка активно цікавиться сферою моди, культурними трендами та соціально відповідальним споживанням. До аудиторії також належать чоловіки у тому ж віковому діапазоні, які проявляють зацікавленість у стильних рішеннях та українському дизайні.

Основними характеристиками аудиторії є: зацікавленість у сучасних модних тенденціях; підтримка вітчизняного виробництва та національного контенту; усвідомлене ставлення до споживання; пошук естетичного натхнення у стилі та дизайні; повага до історичної спадщини, традиційних елементів в одязі; відкритість до інновацій та креативних підходів. До складу цільової аудиторії входять студенти, представники креативних індустрій, працівники модної сфери, підприємці та активні користувачі соціальних мереж, які прагнуть отримувати якісний контент. За аналітичними даними, отриманими під час активного розвитку сторінки, структура аудиторії за географічною ознакою виглядає наступним чином: Україна — 70%, Польща — 5,5%, Німеччина — 4,6%, США — 4,5%. Розподіл за містами України:

Київ — 21,8%. Львів — 4,4%. Дніпро — 3,5%. Одеса — 3,2% Вікова структура: 18–34 роки. Статевий розподіл: Жінки — 92,8%. Чоловіки — 7,2%. Наявна статистика вказує на високий рівень зацікавленості серед молодого покоління та жінок, а також на потенціал залучення нових груп користувачів. У перспективі розвитку сторінки передбачається активна робота над розширенням чоловічої аудиторії, створенням спеціалізованого контенту для нових сегментів споживачів, а також поглиблення співпраці з представниками модної індустрії, що дозволить посилити вплив медіа проекту на інформаційному та культурному рівнях.

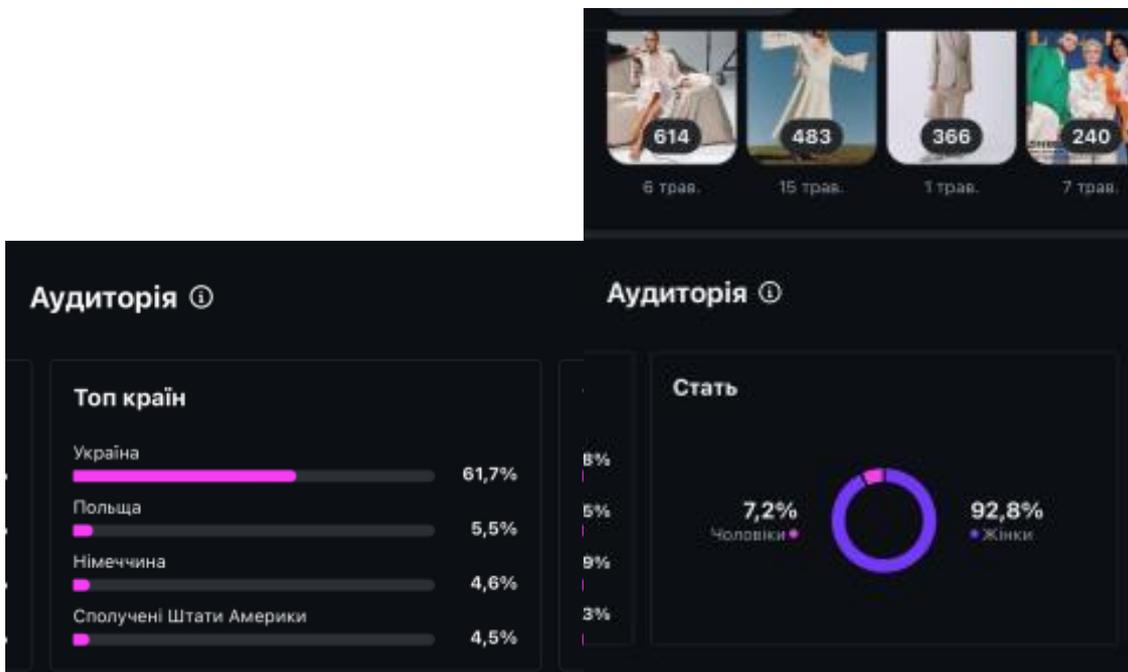


Рис 2.6.1

Рис 2.6.2

РОЗДІЛ 3

Технічні та програмні засоби, необхідні для втілення проєкту

У процесі розробки власного медіапродукту Instagram-стрічки Uashion — було застосовано різні додатки для графічного дизайну, текстового наповнення та додаткового створення веб ресурсу у вигляді сайту. Одним із основних інструментів візуалізації стала платформа Canva — онлайн-сервіс для розробки графічного дизайну, який дозволяє створювати візуальні матеріали для соціальних мереж, презентацій тощо. Цей ресурс активно використовується у сфері маркетингу, освіти та онлайн-журналістики. За допомогою Canva були створені: персональний логотип проєкту; обкладинки та колажі; візуальне оформлення для Instagram Stories. Для реалізації більш складніших дизайнерських макетів застосовувався Photoshop, завдяки якому: видалялись фони із зображень для персоналізованих колажів; використовувались різні шрифти.

З метою організації візуального стилю стрічки та структурування публікацій використовувався додаток Сітка, який дозволяв заздалегідь планувати візуальне розміщення постів, забезпечуючи цілісність і естетику загального вигляду сторінки. Для написання текстових матеріалів використовувався текстовий редактор Pages на операційній системі iOS.

Для додаткового створення англomовного вебсайту проєкту здійснювалась через платформу Framer.website. Це сервіс для веб дизайну, що поєднує функції графічного редактора та верстки. За допомогою цієї платформи було створено: мінімалістичний дизайн; структуру сторінок для різних електронних приладів (монітору комп'ютера, планшета, телефону); плавну анімацію; зручну навігацію між блоками.

Для візуального контенту використовувалися відкриті джерела зображень: офіційні сайти українських дизайнерських брендів; фотографії взяті з платформи Pinterest.

Тож, використання всіх цих цифрових інструментів, сприяло реалізації ідеї

проєкту на високому візуально-естетичному рівні, забезпечити його функціональність та доступність для цільової аудиторії.

ВИСНОВКИ

У процесі написання бакалаврської роботи на тему: «Перемога через стиль. Вплив українського фешену на війну та світ», було зосереджено увагу на наповненні

та залученні аудиторії на платформі Instagram.

1. Було створено стрічку текстового та візуального формату.
2. Набуто навичок у сфері графічного дизайну, відпрацьовано власний стиль написання текстових матеріалів українською та англійською мовами.
3. Дотримано високих стандартів журналістської діяльності. На момент написання було зібрано аудиторію понад 600 підписників завдяки репостам і просуванню.
4. Написано близько 30 унікальних текстово-інформаційних статей та оглядів.
5. Висвітлено провідних українських дизайнерів, їхні здобутки та визнання на українському й міжнародному ринках.
6. Розкрито теми екологічного виробництва та свідомого підходу у виготовленні одягу та інших елементів гардеробу.
7. Акцентовано значення традиційних орнаментів та історичних елементів вишивки, а також важливість збереження ідентифікаційного коду нації.
8. Проведено дослідницьку роботу щодо розвитку модної індустрії під час повномасштабного вторгнення та її впливу на суспільство.
9. Оцінено роль моди як інструменту донесення інформації через матеріали та позиціонування брендів.
10. Створено огляди актуальних благодійних зборів і продемонстровано, як завдяки модній індустрії вдається допомагати армії України та всім, хто потребує підтримки.
11. Після ознайомлення з новинною стрічкою проєкту аудиторія отримує реалістичне уявлення про ситуацію на ринку України, що сприяє підтримці вітчизняних митців.
12. Визначено провідних дизайнерів та бренди, які просувають українську культуру на міжнародній арені: Frolov, Ruslan Baginskiy, Vita Kin, Litkovska, Bevza, Kseniaschnaider, Ienki Ienki тощо.
13. Створено унікальну назву та авторську візуалізацію бренду.
14. Набуто навичок планування публікацій та управління контентом.
15. Освоєно основи розробки вебсайтів, програмування та естетичного

візуального наповнення.

Під час розробки виникли деякі труднощі, наприклад: обмеження в Instagram щодо обсягу тексту, що змушувало скорочувати матеріали та залишати лише найважливіше. Також, через бажання орієнтувати проєкт Uashion на міжнародну аудиторію, постала потреба створити окрему платформу для іноземних читачів, які споживатимуть контент англійською мовою.

Очікувалося активніше просування, однак отримані результати виявилися дещо нижчими за прогнозовані. Цю ситуацію можна виправити шляхом обміну аудиторіями зі схожими платформами та запуском таргетованої реклами в Instagram.

2.8. Список використаних джерел

1. Жіночий онлайн-журнал Vogue Ukraine про моду та красу. URL: <https://vogue.ua> (дата звернення: 10.04.2025).
2. Офіційний сайт жіночого журналу ELLE Україна онлайн. URL: <https://elle.ua> (дата звернення: 11.03.2025)
3. Marie Claire Ukraine, жіночий онлайн-журнал про моду, зірок красу URL: <https://marieclaire.ua> (дата звернення: 14.04.2025)
4. Harpers Bazaar Ukraine — жіночий журнал про моду, модні тенденції, красу, світське життя. URL: <https://harpersbazaar.com.ua> (дата звернення: 15.04.2025)

5. Модний інтернет-журнал L'Officiel Ukraine — сучасний розумний глянець. URL: <https://officiel-online.com> (дата звернення: 10.04.2025)
6. Офіційний сайт UFW (Ukrainian Fashion Week) URL: <http://fashionweek.ua/uk/> (дата звернення: 12.04.2025)
7. Fashionista — американське онлайн-видання, яке спеціалізується на новинах із світу моди, стилю, краси та модної індустрії загалом. URL: <https://fashionista.com> (дата звернення: 8.05.2025)
8. Вигорська І. Костюми для Beyonce та офіційний мерч заводу «Антонов». Як розвивається бренд Frolov під час війни. *Серія: Інтерв'ю*. 2023. URL: <https://www.village.com.ua/village/service-shopping/interview-style/343291-kostyumi-dlya-beyonce-ta-ofitsiyiny-merch-zavodu-antonov-yak-rozvivayetsya-brend-frolov-pid-chas-viyni> (дата звернення: 10.04.2025)
9. Vita Kin: українська дизайнерка, яка здобула світове визнання. *Серія: Fashion*. 2019. URL: <https://ukrainianpeople.us/vita-kin-українська-дизайнерка-яка-здобула/> (дата звернення: 12.04.2025)
10. Кадакова К. LITKOVSKA та фотограф Нік Найт презентували благодійну колаборацію Flowers Know Better. *Серія: Новини*. 2025. URL: <https://divoche.media/2025/02/06/litkovska-ta-fotohraf-nik-nayt-prezentuvaly-blahodiynu-kolaboratsiiu-flowers-know-better/> (дата звернення: 12.04.2025)
11. Особливість бренду Ruslan Baginskiy та його історія. 2023. URL: <https://dolce-vita.boutique/osoblivist-brendu-ruslan-baginskiy-ta-jogo-istoriya/> (дата звернення: 13.04.2025)
12. Офіційний сайт Руслан Багінський URL: <https://ruslanbaginskiy.com/uk?srsIid=AfmBOopN46QtUc9N2ofU6SfKwyr5RaEnG1dlcgfufVdBypB-XE4ZOuS-> (дата звернення: 2.04.2025)

2.9. Документація

Посилання на Instagram-сторінку медійного проекту:

<https://www.instagram.com/uashionn/>

Добірка текстового наповнення та візуального дизайну:

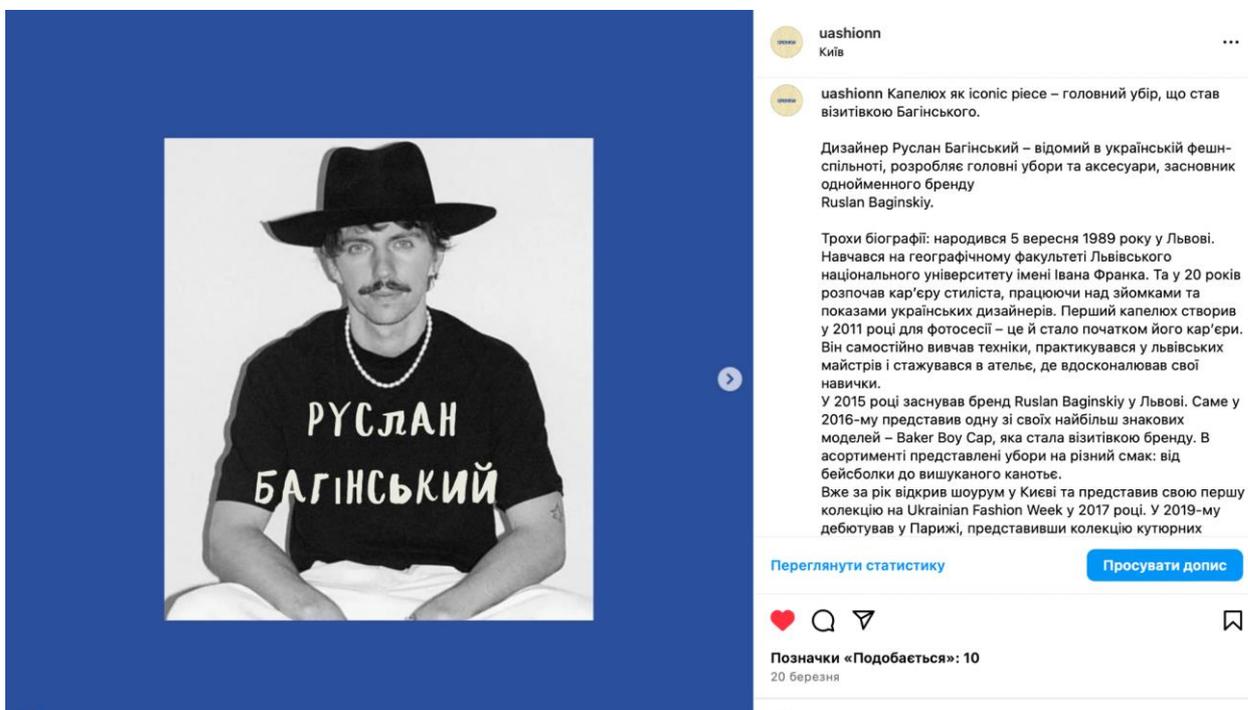


Рис 2.9.1

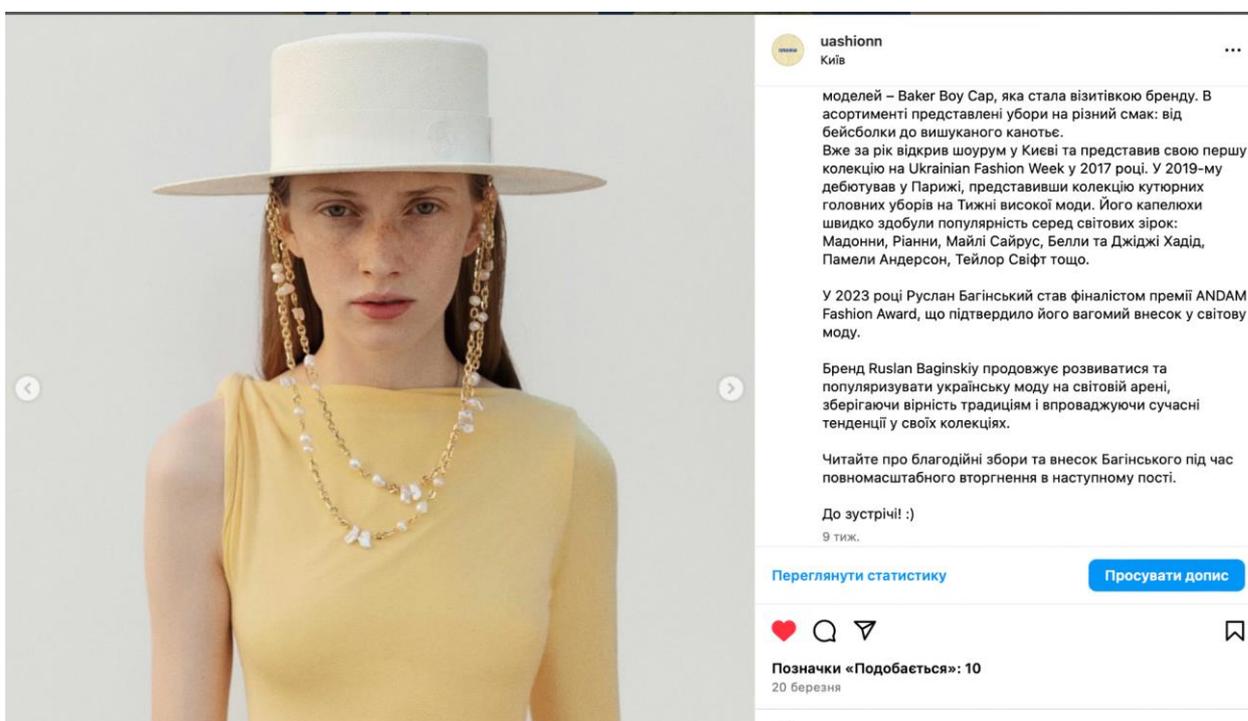


Рис 2.9.2



Рис 2.9.3



Рис 2.9.4

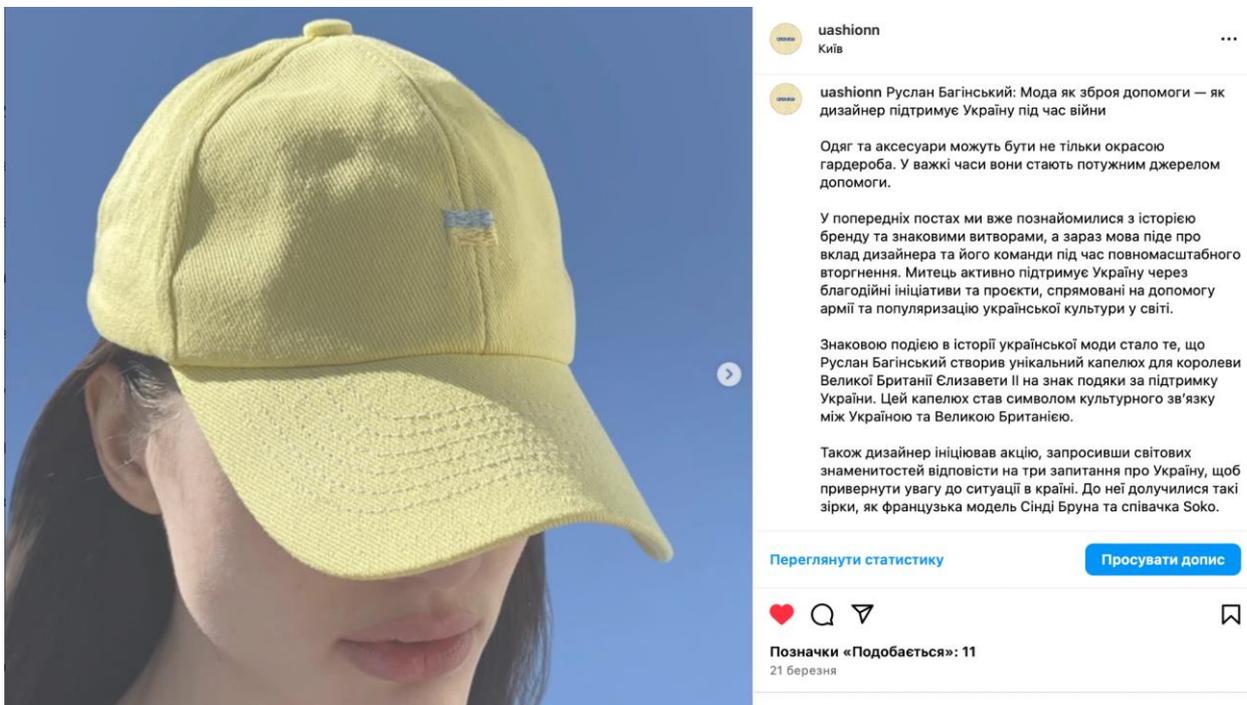


Рис 2.9.5

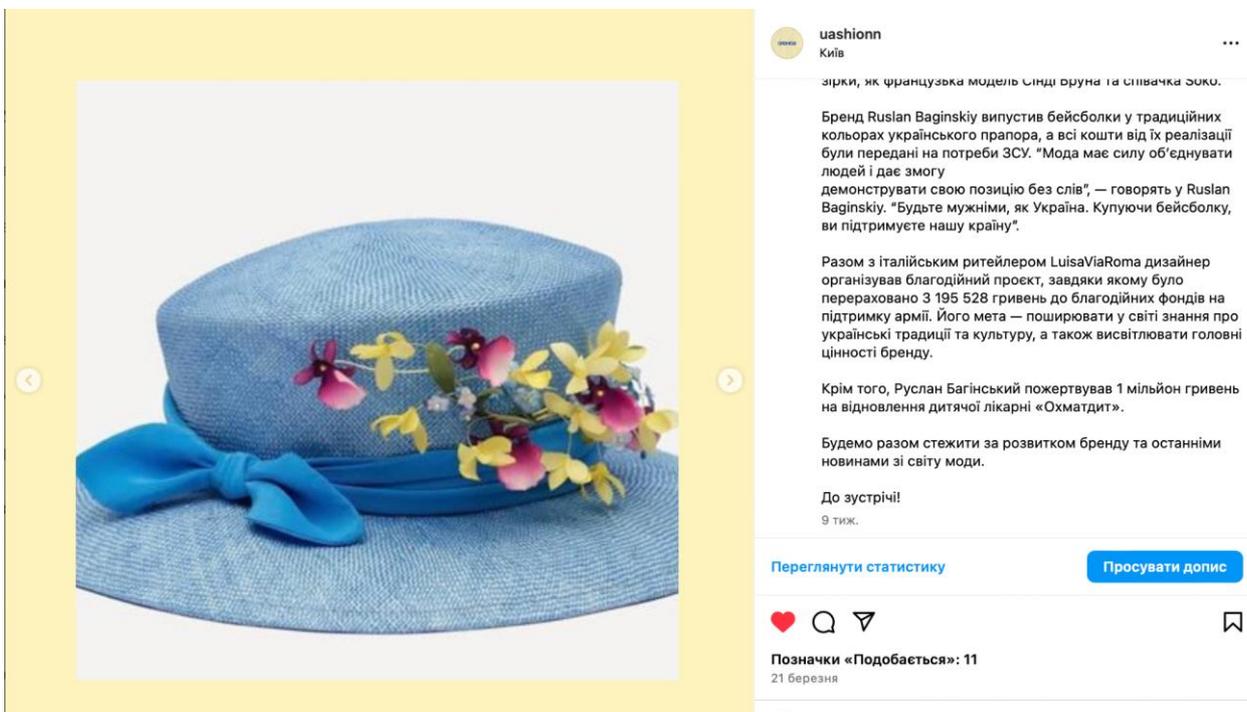


Рис 2.9.6

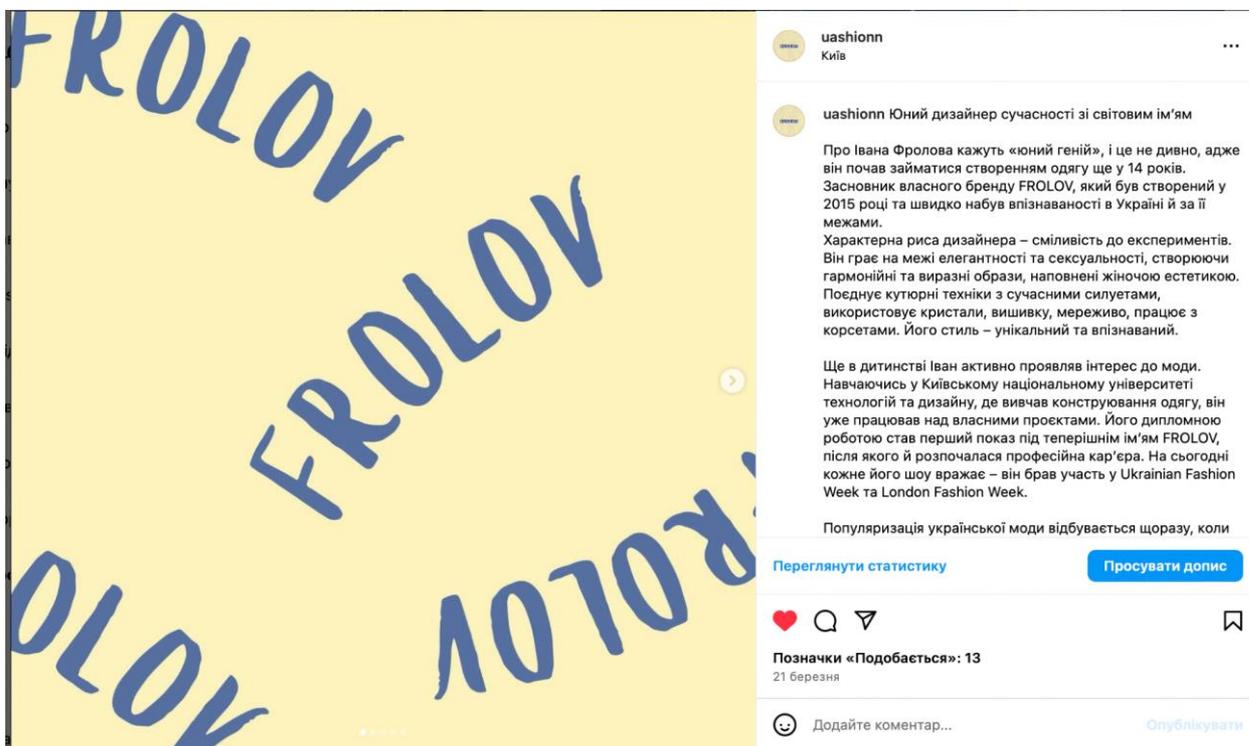


Рис 2.9.7

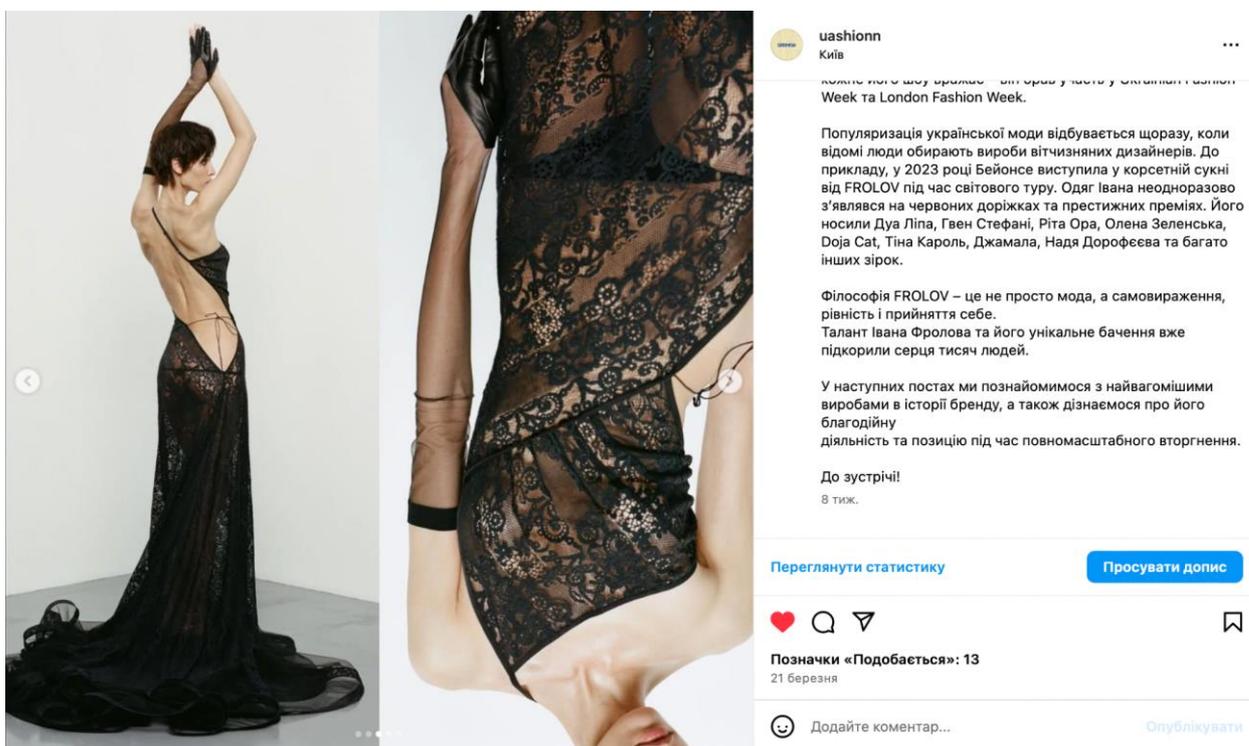


Рис 2.9.8

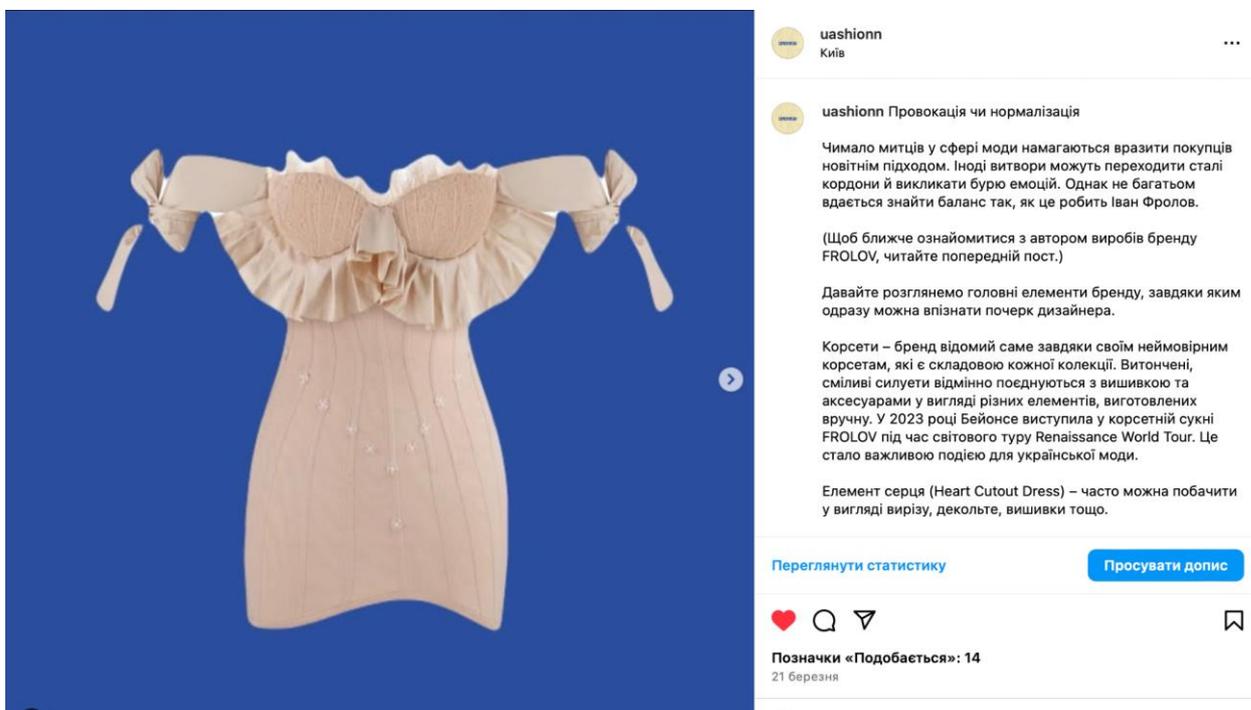


Рис 2.9.9

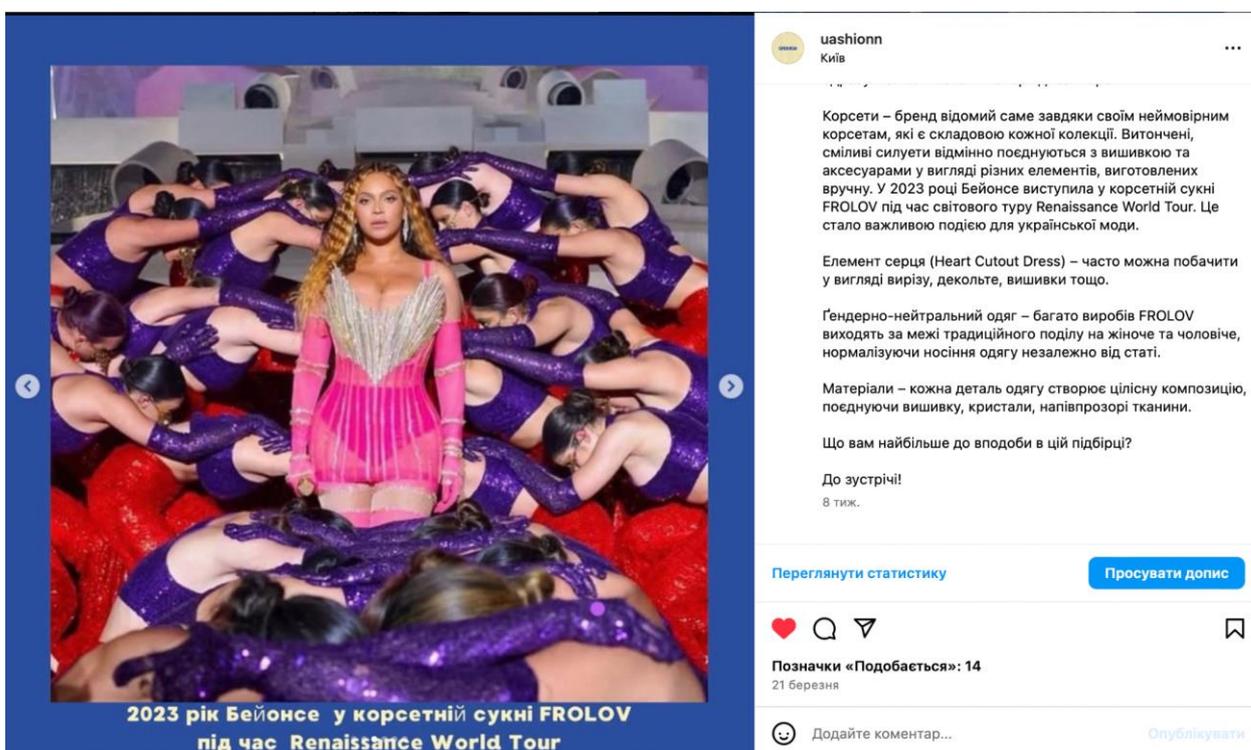


Рис 2.9.10



Рис 2.9.11



Рис 2.9.12

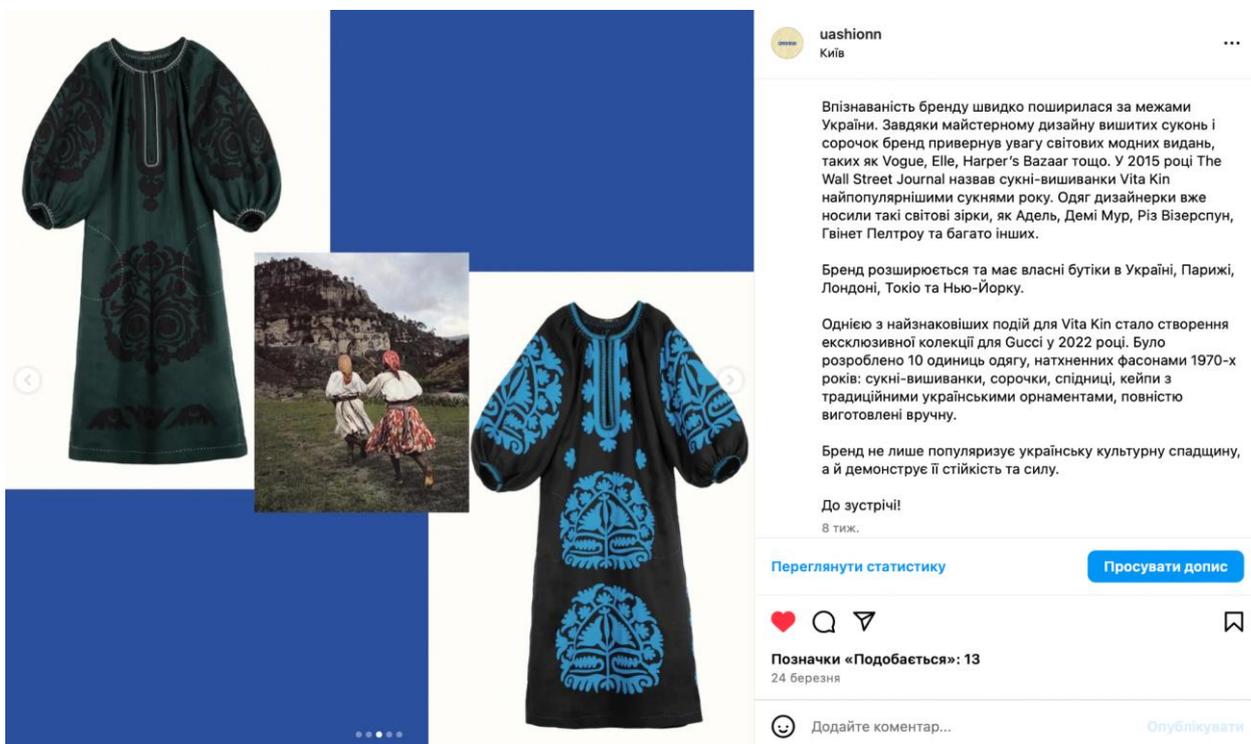


Рис 2.9.15

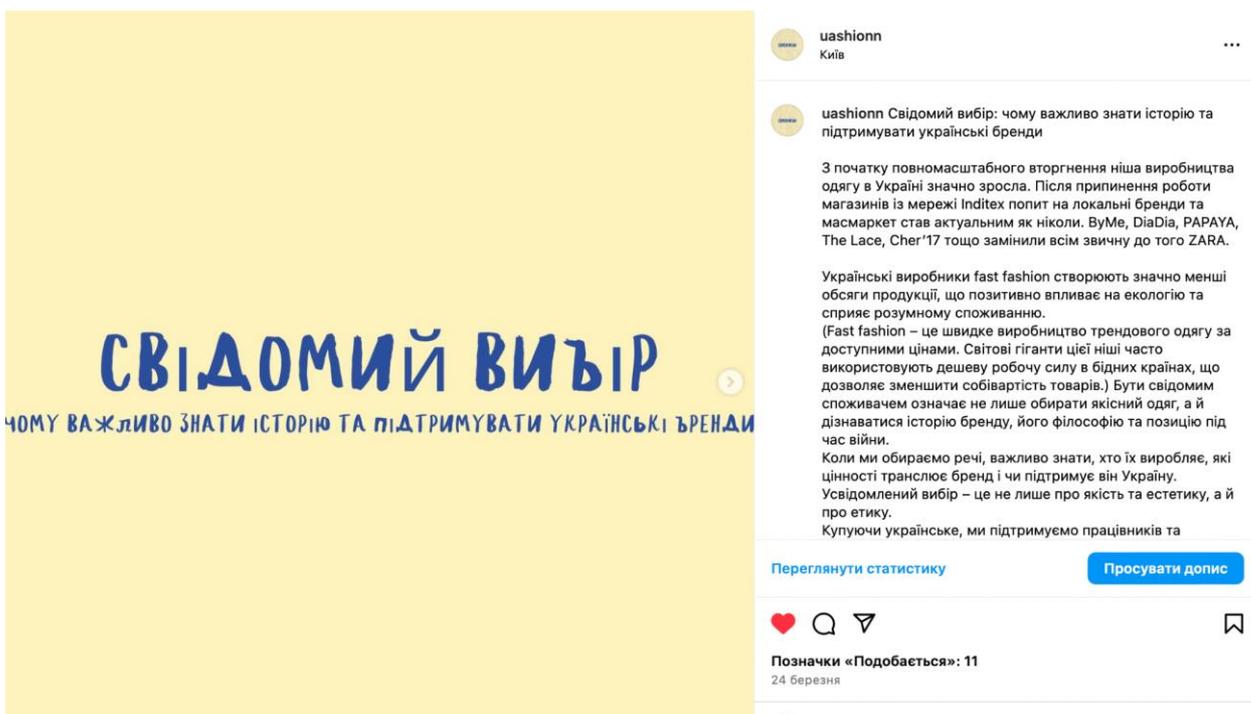
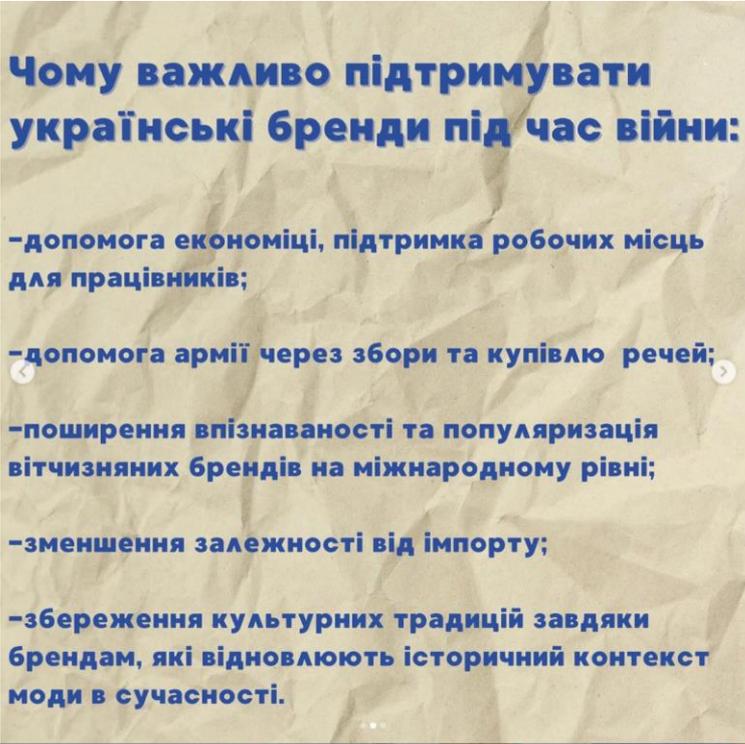


Рис 2.9.16



Чому важливо підтримувати українські бренди під час війни:

- допомога економіці, підтримка робочих місць для працівників;
- допомога армії через збори та купівлю речей;
- поширення впізнаваності та популяризація вітчизняних брендів на міжнародному рівні;
- зменшення залежності від імпорту;
- збереження культурних традицій завдяки брендам, які відновлюють історичний контекст моди в сучасності.

uashionn
Київ

Купуючи українське, ми підтримуємо працівників та економіку нашої країни. Більшість українських виробників сьогодні займаються благодійністю, волонтерством і спрямовують свої ресурси на наближення перемоги.

Прикладом є постійні благодійні ініціативи лідера у сегменті доступного одягу Cher'17. Одна з таких ініціатив – збір коштів для благодійного фонду «Діти Героїв», що підтримує дітей, які втратили батьків через російську агресію. До цієї акції бренд долучився у співпраці з компанією BigMishki.

Немає нічого поганого в купівлі закордонних брендів, адже кожен має право носити те, що йому подобається. Важливо лише свідомо обирати виробників, щоб випадково не фінансувати бізнеси, що підтримують агресора. Крім того, носіння українських брендів за кордоном сприяє популяризації нашої культури. Українські дизайнери створюють речі зі змістом, допомагаючи закарбувати нашу національну ідентичність у світовому модному просторі.

Яким українським брендам ви віддаєте перевагу? Чому саме?

До зустрічі!
В тиж.

[Переглянути статистику](#) [Просувати допис](#)

♥️ 💬 🚩

Позначки «Подобається»: 11
24 березня

😊 Додайте коментар... [Опублікувати](#)

Рис 2.9.17



uashionn
Київ

uashionn Нова колаборація LITKOVSKA & фотограф Нік Найт

Дизайнерка Лілія Літківська разом із фотографом Ніком Найтом випустила весняну капсульну благодійну колекцію «Flowers Know Better». Усі зібрані кошти від продажу будуть передані на допомогу постраждалим жінкам та дітям до гуманітарної організації «Місто Добра», яка надає притулок та психологічну підтримку.

Засновниця бренду LITKOVSKA — українська майстриня, відома поєднанням сучасного мінімалізму, елегантності та нестандартного крою. З 2009 року створює колекції, має активну соціальну позицію та є регулярною учасницею Паризьких тижнів моди.

Нік Найт — британський фешн-фотограф і засновник SHOWstudio. Працює з найвідомішими глянцевиими виданнями, такими як Vogue, Dazed & Confused, а також зі світовими брендами: Dior, Alexander McQueen, Yohji Yamamoto тощо.

«Flowers Know Better» – назва капсули говорить сама за себе: провідним елементом одягу стали квіти. Філософію принта Лілія пояснює так: «Якщо в мирний час квіти

[Переглянути статистику](#) [Просувати допис](#)

♥️ 💬 🚩

Позначки «Подобається»: 13
24 березня

😊 Додайте коментар... [Опублікувати](#)

Рис 2.9.18



Рис 2.9.19



Рис 2.9.20



Рис 2.9.21



Рис 2.9.22

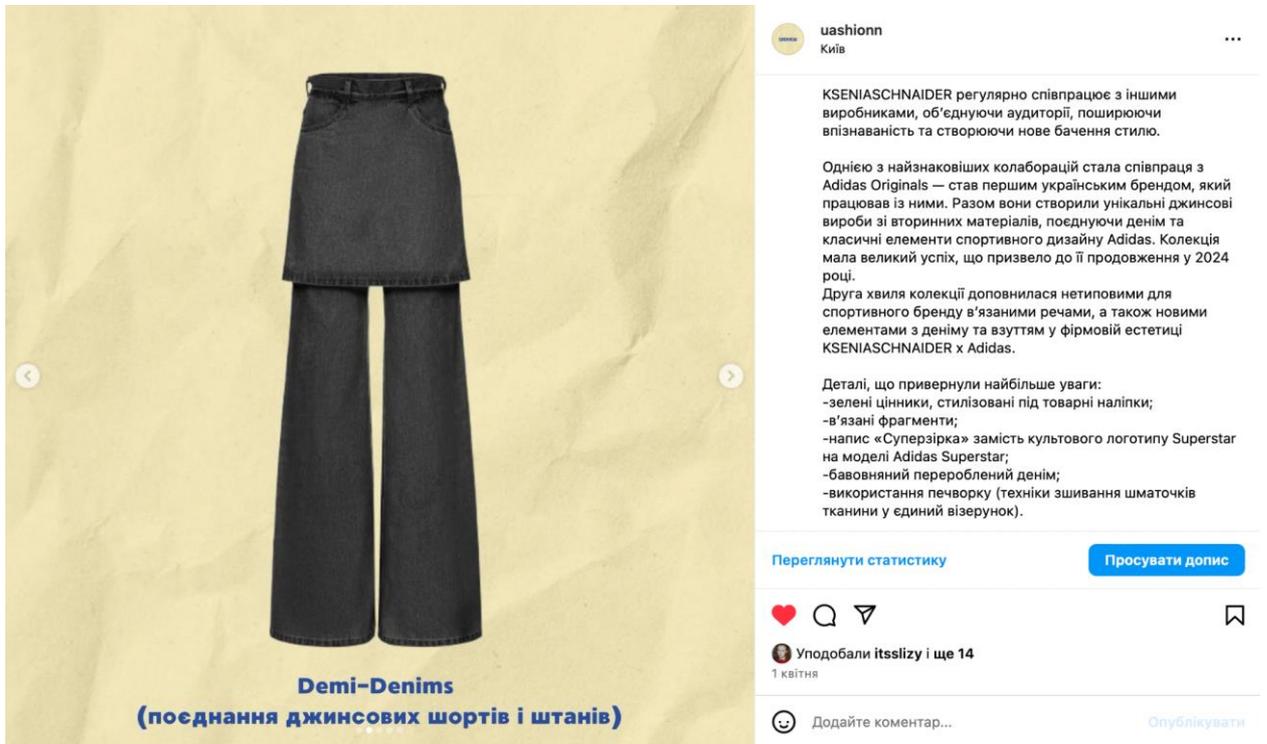


Рис 2.9.23

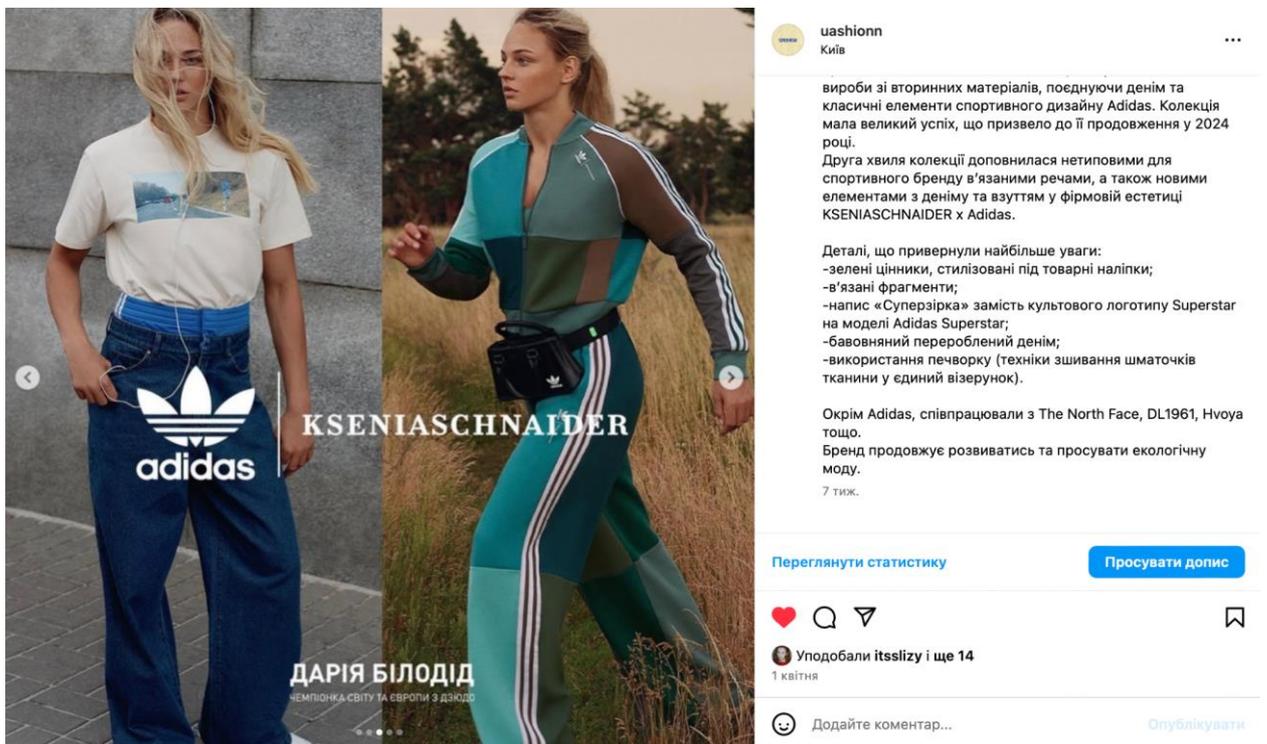
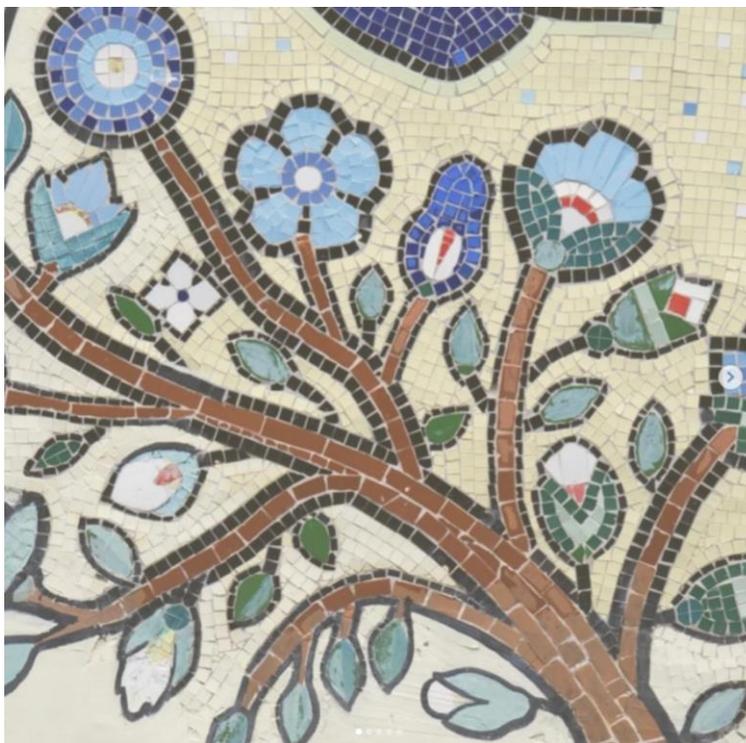


Рис 2.9.24



uashionn
Київ

uashionn Більше ніж мода: благодійні ініціативи KSENIASCHNAIDER

Благодійні проекти варто висвітлювати й обговорювати, щоб залучати більше людей до підтримки. Приємно спостерігати, як митці створюють елементи вбрання не лише заради вигоди, а й вкладають у них свою філософію, глибину та ідею.

То ж бренд @kseniashnaider, відомий своїм екологічним підходом до виготовлення речей із вторинного деніму, від самого початку повномасштабного вторгнення перемістив свій штаб до Ужгорода, де продовжив свою роботу. Один із перших зборів було організовано на сторінці @ks.magazin: влаштували розпродаж одягу, 100% прибутку від якого спрямували до різних благодійних фондів. Також 15% від кожного замовлення на офіційному сайті перераховувалися до фонду «Повернись живим», що допомагає українським військовим.

Говорячи про лінійки одягу із сенсом, варто розглянути капсулу під назвою «Втрачені мозаїки». За словами бренду, її головна ідея – «відображення нинішнього моменту, коли багато українців та людей по всьому світу збирають фрагменти свого життя на тлі глибоких викликів, наче

Переглянути статистику [Просувати допис](#)

♥️ 💬 📌

Позначки «Подобається»: 15
1 квітня

😊 Додайте коментар... [Опублікувати](#)

Рис 2.9.25



uashionn
Київ

Орнамент мозаїки став натхненням для робіт Степана та Романа Кириченків, Людмили Ястреб та інших українських митців. Деталі одягу хочеться розглядати з усіх боків, бо він у прямому сенсі виглядає як мистецтво на тілі.

У 2024 році до нас повернувся Ukrainian Fashion Week. Це не лише тиждень моди, де можна показати таланти українських дизайнерів, а й яскравий приклад того, що, незважаючи на військовий стан у країні, можна продовжувати творити, не зупиняючись. Об'єднавши зусилля з іншими дизайнерами, KSENIASCHNAIDER стали частиною масштабного збору коштів на обладнання для паліативного відділення ветеранів у Реабілітаційній клініці Святенка.

Цього ж року бренд отримав нагороду PETA Vegan Awards 2024 – Best Vegan Pants. Їхні надзвичайні хутрянні джинси або «Chewbassa Jeans», які бренд презентував ще у 2022 році, створюються вручну з екологічного деніму. Вони несуть притаманний бренду меседж про важливість збереження довкілля без шкоди для тварин.

Чи звертаєте увагу на ставлення виробника до екології при купівлі речей?

Переглянути статистику [Просувати допис](#)

♥️ 💬 📌

Позначки «Подобається»: 15
1 квітня

😊 Додайте коментар... [Опублікувати](#)

Рис 2.9.26

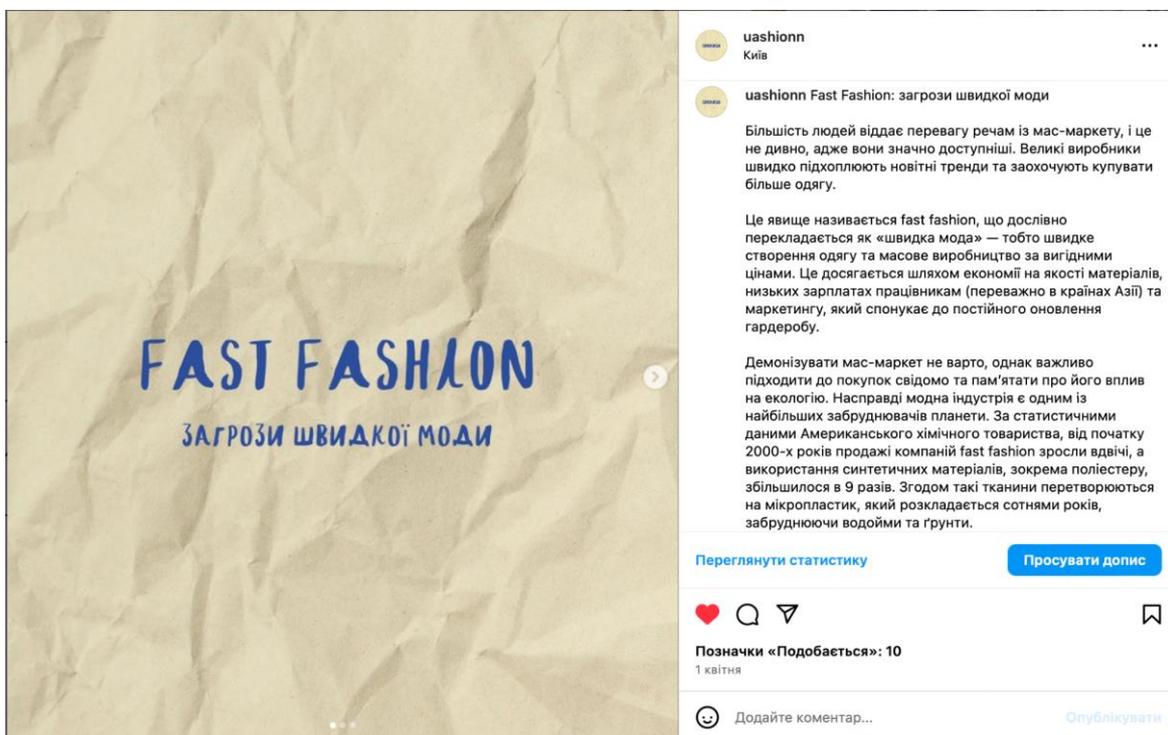


Рис 2.9.27

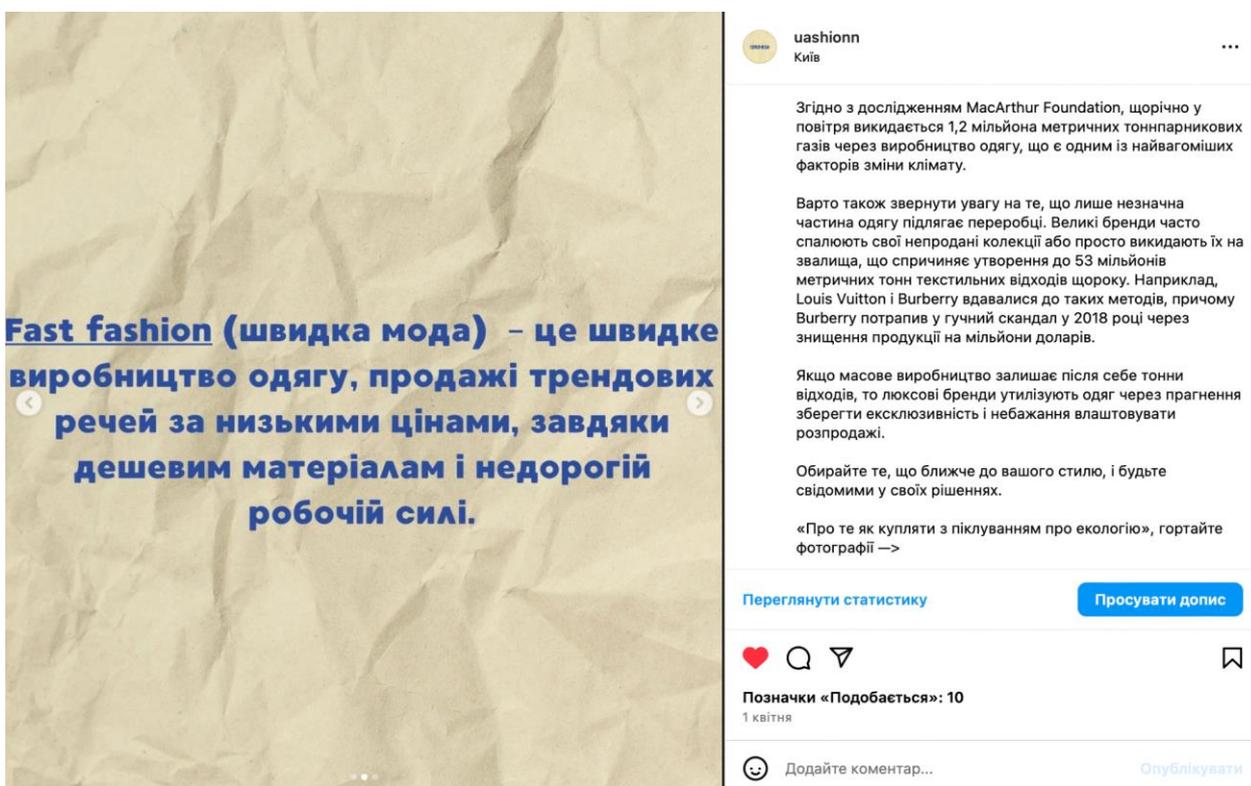


Рис 2.9.28



Рис 2.9.29

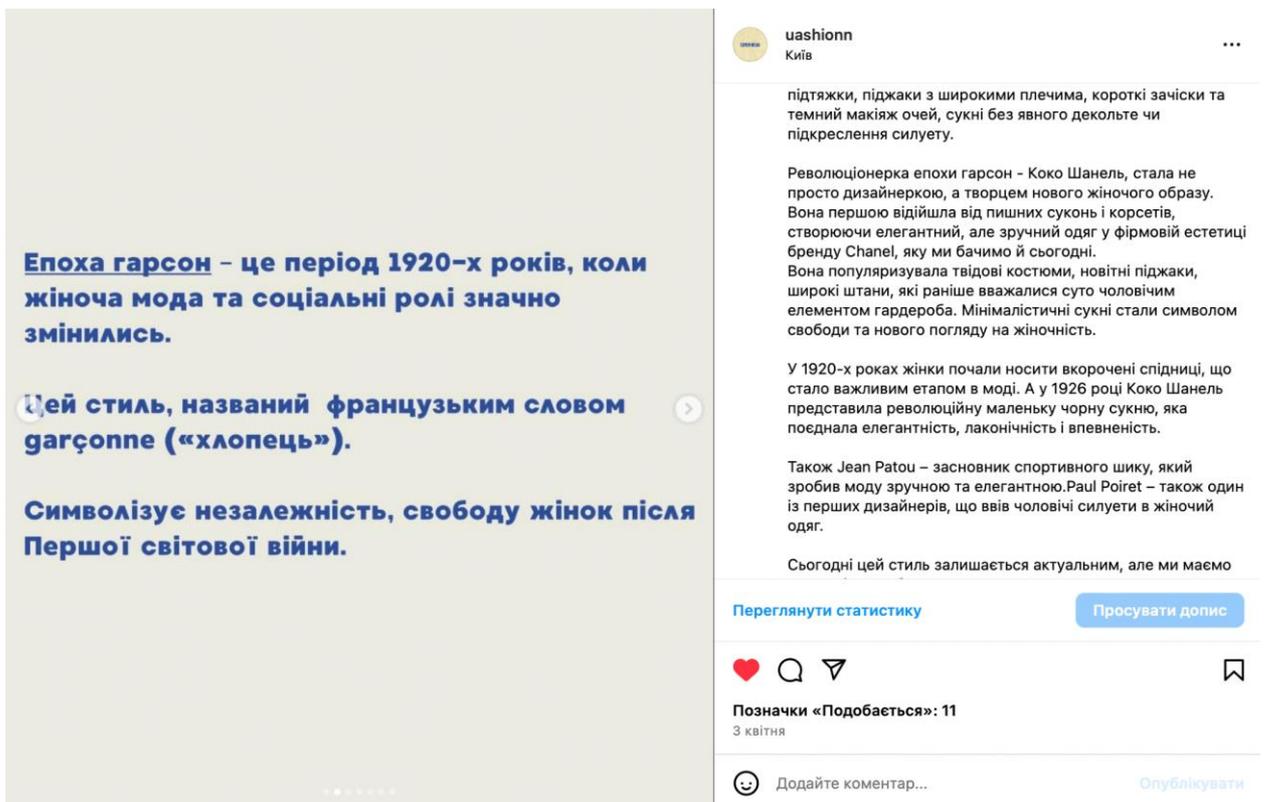


Рис 2.9.30



Рис 2.9.33

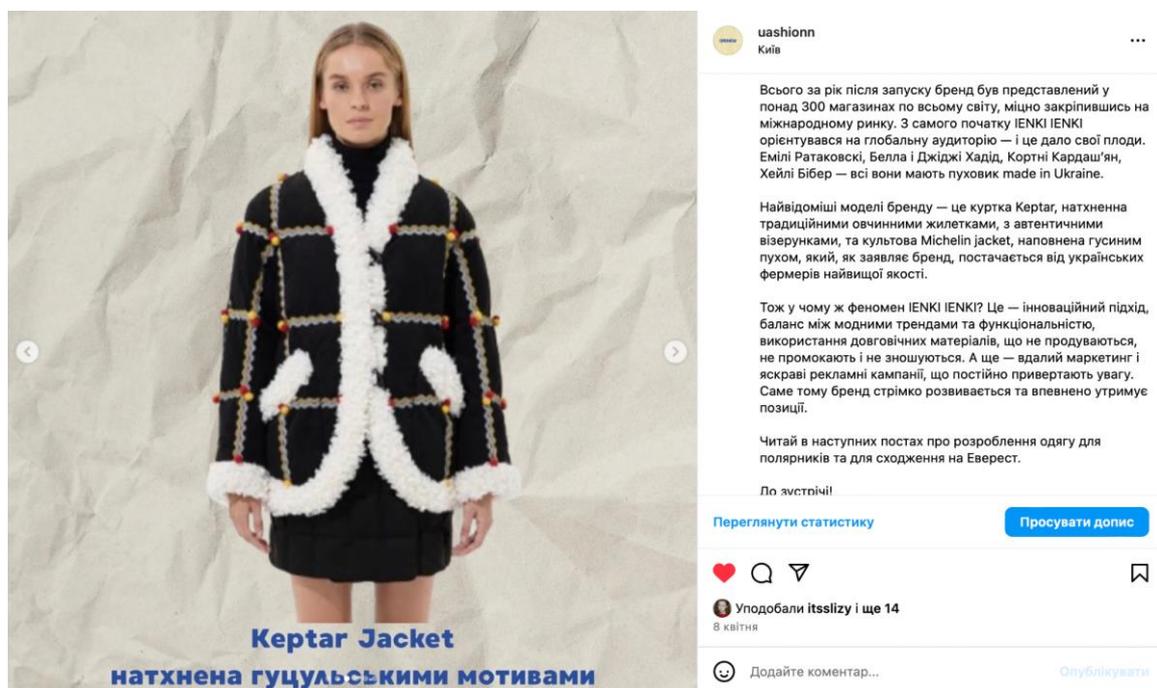


Рис 2.9.34



Рис 2.9.35

uashionn
Київ

uashionn На вершині світу — в теплі
Український бренд @ienki_ienki відомий своїми інноваційними технологіями у створенні курток, що поєднують високу якість і стиль. Марка постійно вдосконалює матеріали та впроваджує нові рішення.

Так у межах проекту Advanced Research, натхненного сміливими українцями, бренд створює теплий одяг на піку досконалості. Зокрема, було розроблено спеціальне екіпірування для української альпіністки Антоніни Самойлової, яка здійснила вже третє сходження на вершину Евересту. Перший піднятий нею прапор України на вершині був у 2022 році. Свої підйоми Антоніна присвячує рідній країні, а в екстремальних умовах їй потрібен надійний та високотехнологічний одяг.

Разом із командою, IENKI IENKI створили костюм нового покоління. Завдяки унікальним розробкам вдалося поєднати легкість з найвищими показниками теплоізоляції. Дані були сертифіковані IDFL (The International Down and Feather Testing Laboratory). Від фірмового гусячого пуху до фурнітури типу AquaGuard, що захищає від вітру та вологи, — у результаті вийшов комплект із комбінезону та куртки зі штанами, який забезпечує комфорт і захист навіть в найсвоєрідніших погодних умовах.

[Переглянути статистику](#) [Просувати допис](#)

❤️ 💬 🗑️

Уподобали itsslizy і ще 13
8 квітня

😊 Додайте коментар... [Опублікувати](#)



Рис 2.9.36

uashionn
Київ

забезпечує комфорт і захист навіть у найсвоєрідніших погодних умовах. Також бренд не забув про естетику: мінімалістичний жіночий силует і яскраві кольори — рожевий, червоний і жовтий — додають образу стильності.

Ще одним важливим досягненням у межах Advanced Research стало створення парок для науково-дослідної станції "Академік Вернадський". Як відомо, антарктичні умови не залишають шансів на помилку. Уже понад два роки учасники експедиції користуються сучасною уніформою IENKI IENKI. За словами бренду, розробка тривала пів року. Мета — створити куртку, якій не страшні морози до -27°C , шквальний вітер, снігові бурі та зливи — типові для полярного регіону.

Унікальна тришарова тканина, створена спільно з італійською фабрикою Majocchi, забезпечує водонепроникність і термозахист, а фірмовий гусячий пух додає легкості й тепла. Завдяки цьому команда проводить свої дослідження в комфорті.

Підтримувати та висвітлювати такі ініціативи української моди — надзвичайно важливо. Бо мода — це не лише про красу й тренди. Це про силу, інновації та великі справи, якими українські бренди змінюють світ.

[Переглянути статистику](#) [Просувати допис](#)

❤️ 💬 🗑️

Уподобали itsslizy і ще 13
8 квітня

😊 Додайте коментар... [Опублікувати](#)



Рис 2.9.37



Рис 2.9.38

uashionn
Київ

uashionn Культура незламності: українська мода у часи війни

Ми уважно стежимо, як українська мода розвивається під час війни. За цей період багато брендів стикнулися з перешкодами у виробництві та логістиці.

Проте, незважаючи на всі труднощі, сфера значно просунулась уперед — і це свідчить про витримку та незламність наших людей.

Сьогодні багато вітчизняних дизайнерів створюють не просто нові колекції — вони вкладають у них сенс, просувають українську культуру на міжнародному рівні. Мода стала рупором для розмов про важливе, для великих зборів і підтримки. Як-от перший масштабний fashion-збір 2024 року з ініціативи бренду Jul, у якому 22 провідні виробники об'єдналися, щоб зібрати 1 мільйон гривень на потреби військових із 47-ї окремої механізованої бригади. І це лише один із прикладів — щотижня оголошується чимало локальних зборів. Бренди Gunia Project, Poustovit, Frolov та інші запустили благодійні кампанії: шують форму для військових, допомагають тимчасово переміщеним особам. Це змінює погляд на одяг — тепер це не лише покупка

Переглянути статистику [Просувати допис](#)

Уподобали itsslizy і ще 16
29 квітня

Додайте коментар... [Опублікувати](#)

uashionn
Київ

uashionn Сила коріння: як гуцульська естетика оживає в сучасній моді

Збереження культурної спадщини неабияк важливе, варто пам'ятати про вклад наших пращурів у розвиток історії. Чимало брендів сьогодні вміло адаптують старовинні традиції під сучасний мотив, як це робить @chichka.in.ua. Сама назва в перекладі означає «краса», або «квітка», що каже само за себе, оточувати себе прекрасним щодня, з сенсом.

Свій шлях бренд започаткував з міста Косів, де сестри Таня та Роксолана популяризують гуцульську історію, створюючи свої вироби ручної роботи з місцевими майстрами зі свіжим баченням, які вдало вписуються в нашу буденність.

Меседж Chichka - показувати автентичну культуру гуцульського краю завдяки історіям, відеоконтенту, щоб заохочити нову аудиторію в цю місцину, популяризувати в Україні та за її межами, як от до прикладу презентація у Нью-Йорку під назвою «I Am U Age», відкривати нових ремісників та досліджувати методи виробництва й технік.

Спеціалізуються на різному одязі, хустках, аксесуарах з

Переглянути статистику [Просувати допис](#)

Уподобали itsslizy і ще 14
29 квітня

Додайте коментар... [Опублікувати](#)



Рис 2.9.39

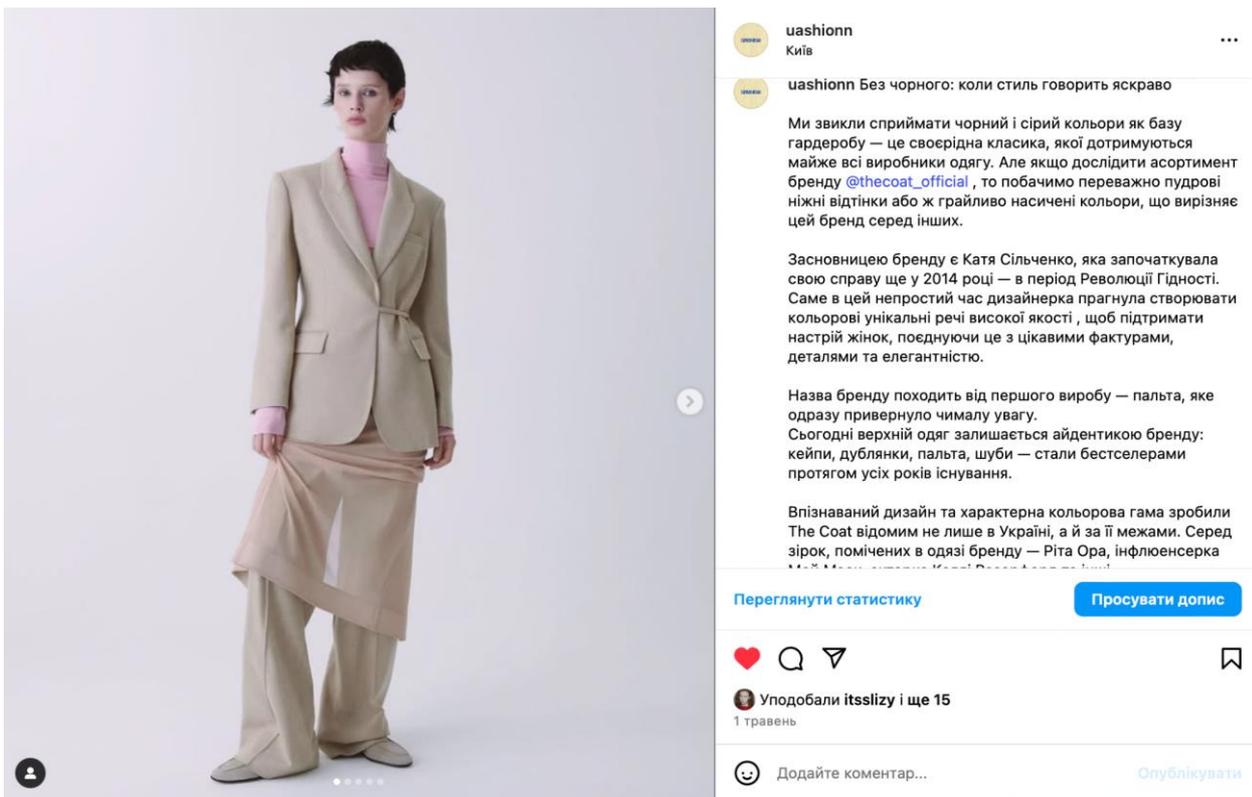


Рис 2.9.40



Дизайнерка бренду Katya Silchenko

uashionn
Київ

Мей Маск, акторка Келлі Разерфорд та інші.

Філософія бренду транслюється через натхнення жінками навколо. Катерина наповнюється їхньою естетикою, відтворюючи це у створенні нових виробів, які одночасно підкреслюють ніжність і силу.

«Натхнений жінкою, створений для жінки», — кажуть у команді бренду.

Використання якісних матеріалів дарує комфорт, затишок і відчуття спокою — те, чого так бракує сьогодні. У своєму інтерв'ю для ELLE.ua засновниця наголошує, що внутрішні зміни завжди відображаються у нових колекціях.

Одяг із «українською душею» та ручною роботою став регулярним учасником Українського тижня моди. Також у 2024 році бренд вперше представив свою колекцію на Copenhagen Fashion Week.

Попри повномасштабне вторгнення, The Coat продовжив свою роботу: розробляв нові колекції та активно долучався до благодійних ініціатив, спрямованих на підтримку ЗСУ та постраждалих від війни.

[Переглянути статистику](#) [Просувати допис](#)

Уподобали itsslizy і ще 15
1 травень

Додайте коментар... [Опублікувати](#)

Рис 2.9.41



uashionn
Київ

команді бренду.

Використання якісних матеріалів дарує комфорт, затишок і відчуття спокою — те, чого так бракує сьогодні. У своєму інтерв'ю для ELLE.ua засновниця наголошує, що внутрішні зміни завжди відображаються у нових колекціях.

Одяг із «українською душею» та ручною роботою став регулярним учасником Українського тижня моди. Також у 2024 році бренд вперше представив свою колекцію на Copenhagen Fashion Week.

Попри повномасштабне вторгнення, The Coat продовжив свою роботу: розробляв нові колекції та активно долучався до благодійних ініціатив, спрямованих на підтримку ЗСУ та постраждалих від війни.

Одяг від The Coat — це довговічний партнер, який доповнює ваш гардероб на довгі роки. Це переосмислення стилю та погляд на ніжні кольори під іншим кутом. Обираючи якісні тканини та мінімалістичні силуети, ви створюєте гардероб, що буде поза часом і трендами.

3 тиж.

[Переглянути статистику](#) [Просувати допис](#)

Уподобали itsslizy і ще 15
1 травень

Додайте коментар... [Опублікувати](#)

Рис 2.9.42

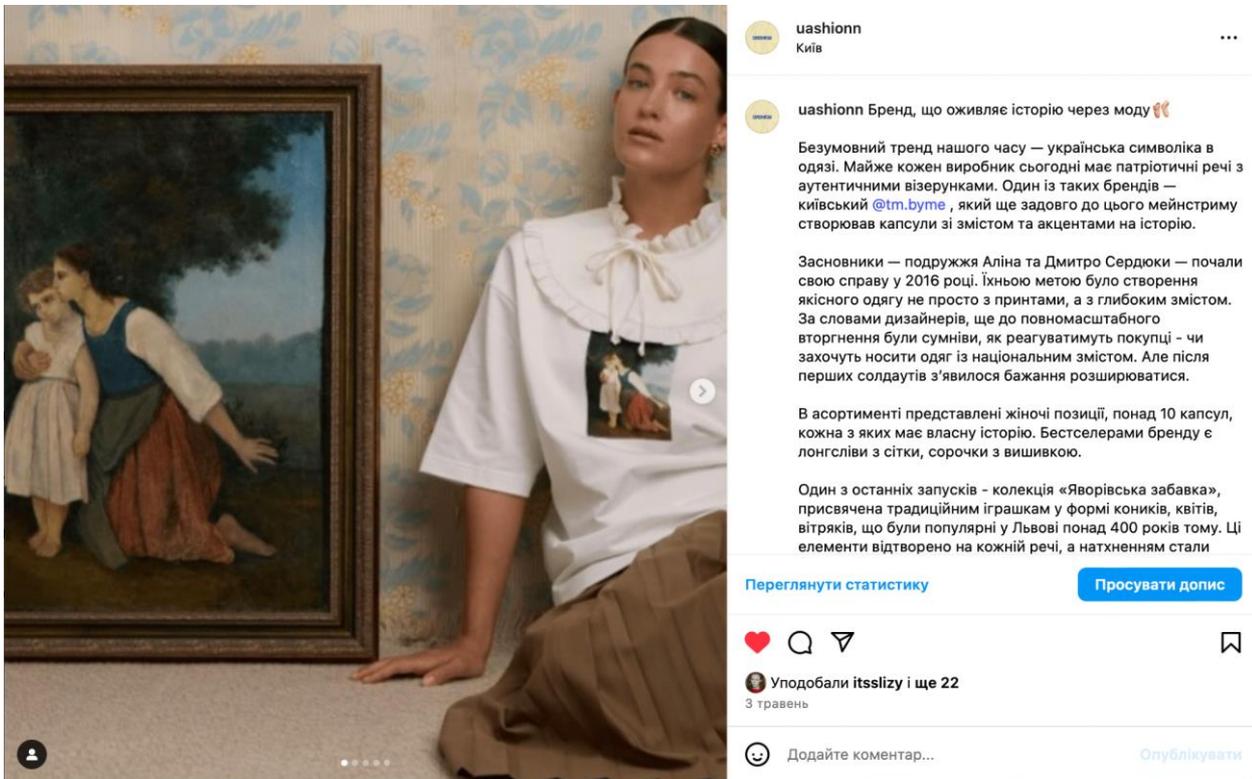


Рис 2.9.43

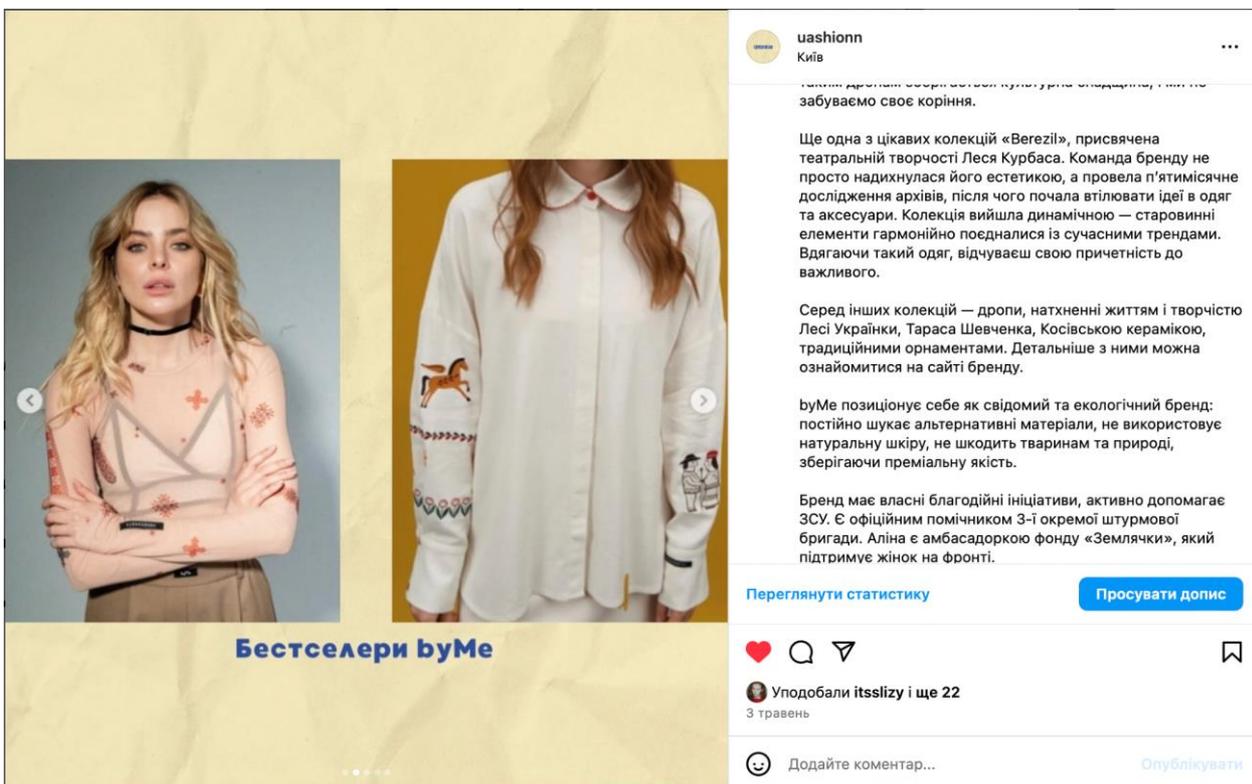


Рис 2.9.44

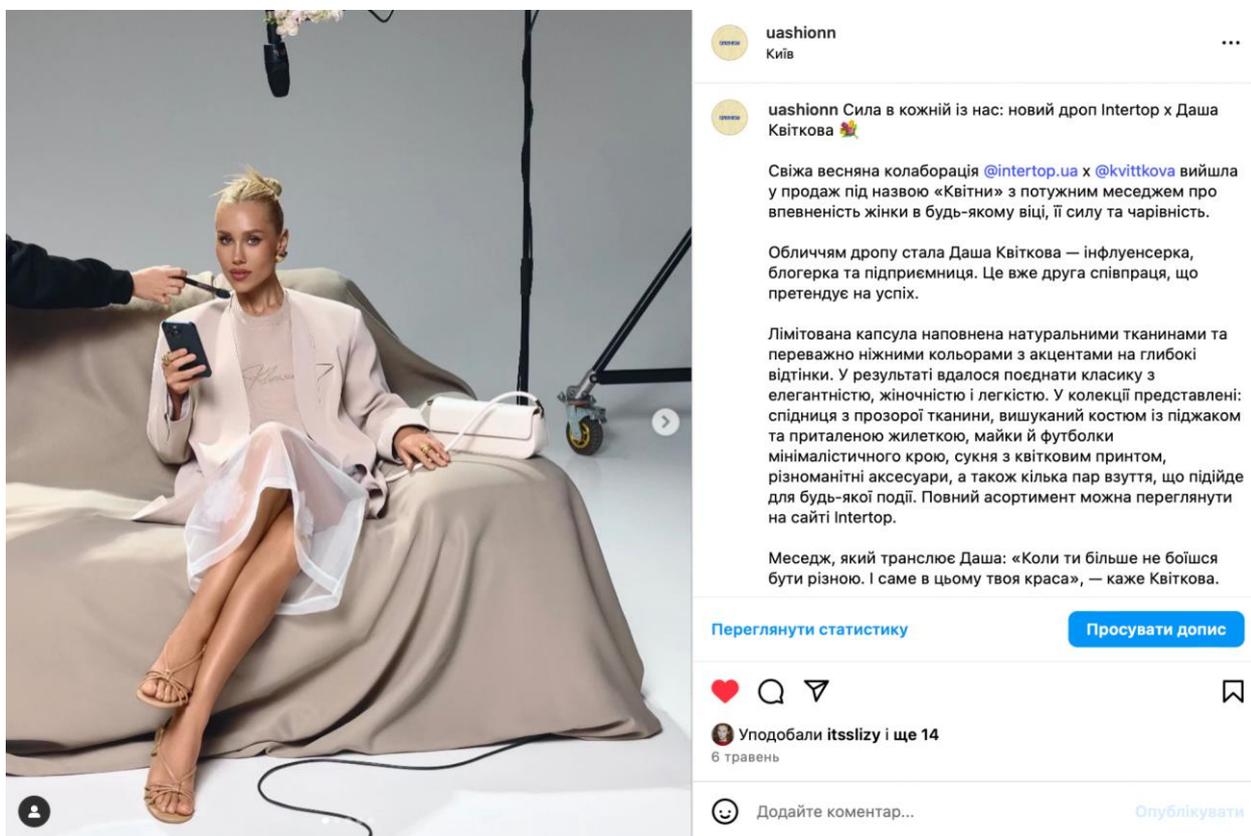


Рис 2.9.45

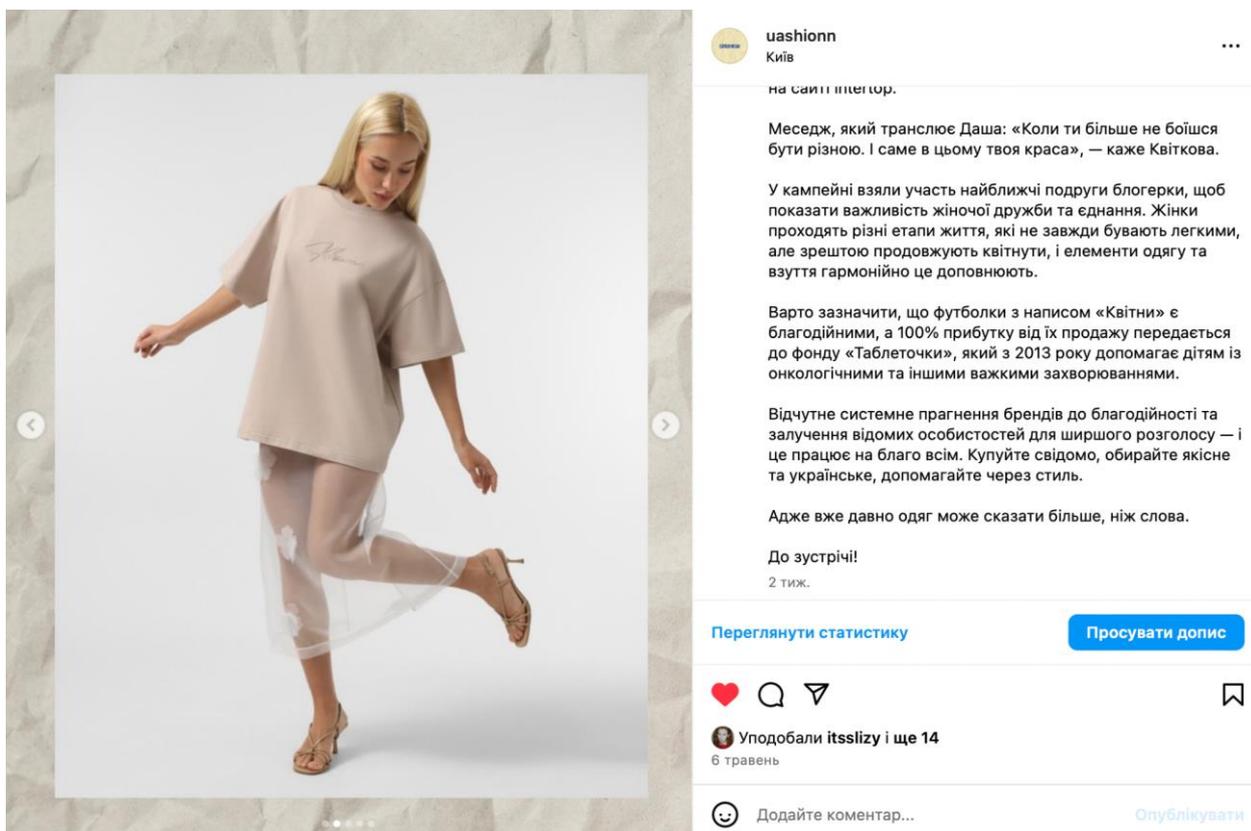


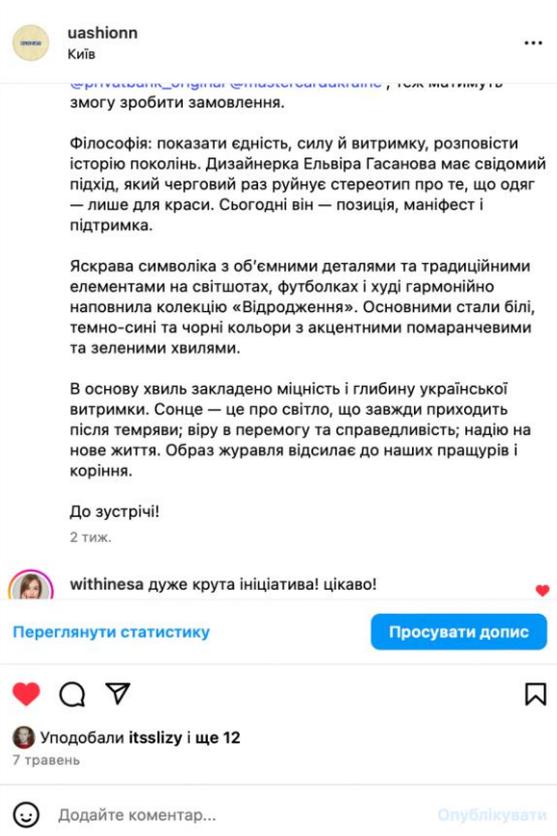
Рис 2.9.46



Рис 2.9.47



Рис 2.9.48



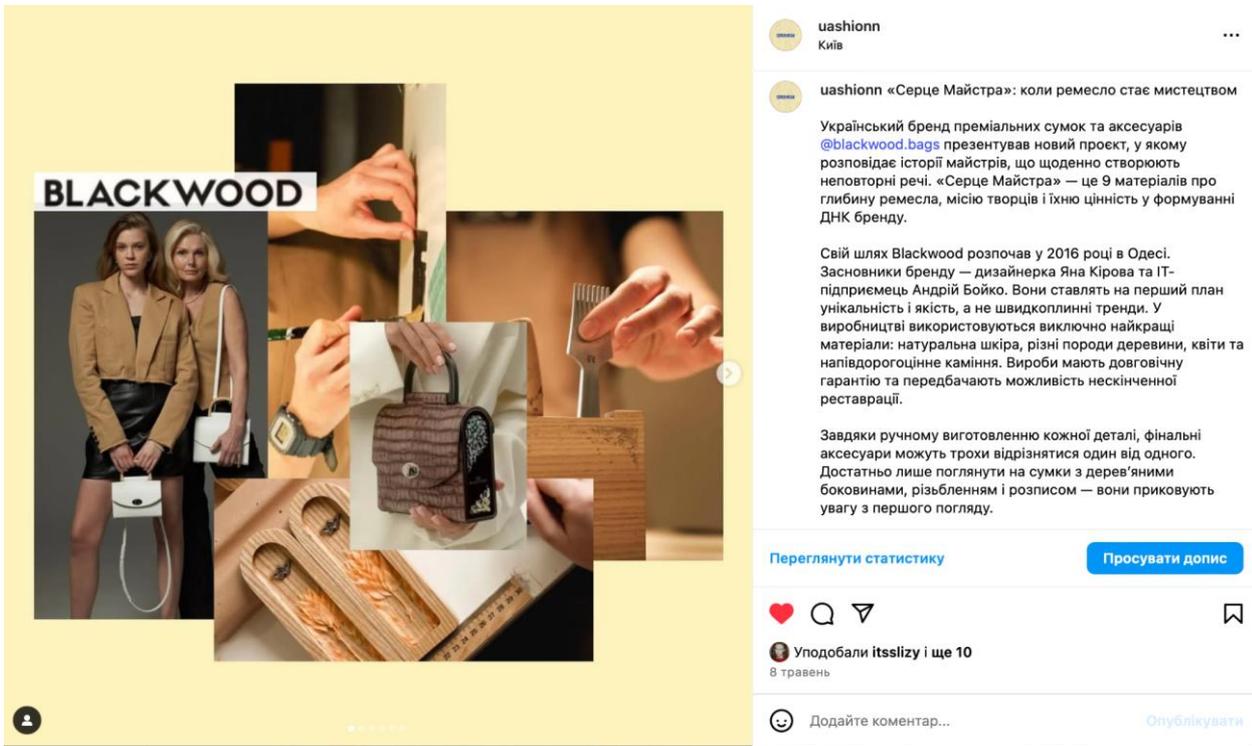


Рис 2.9.49

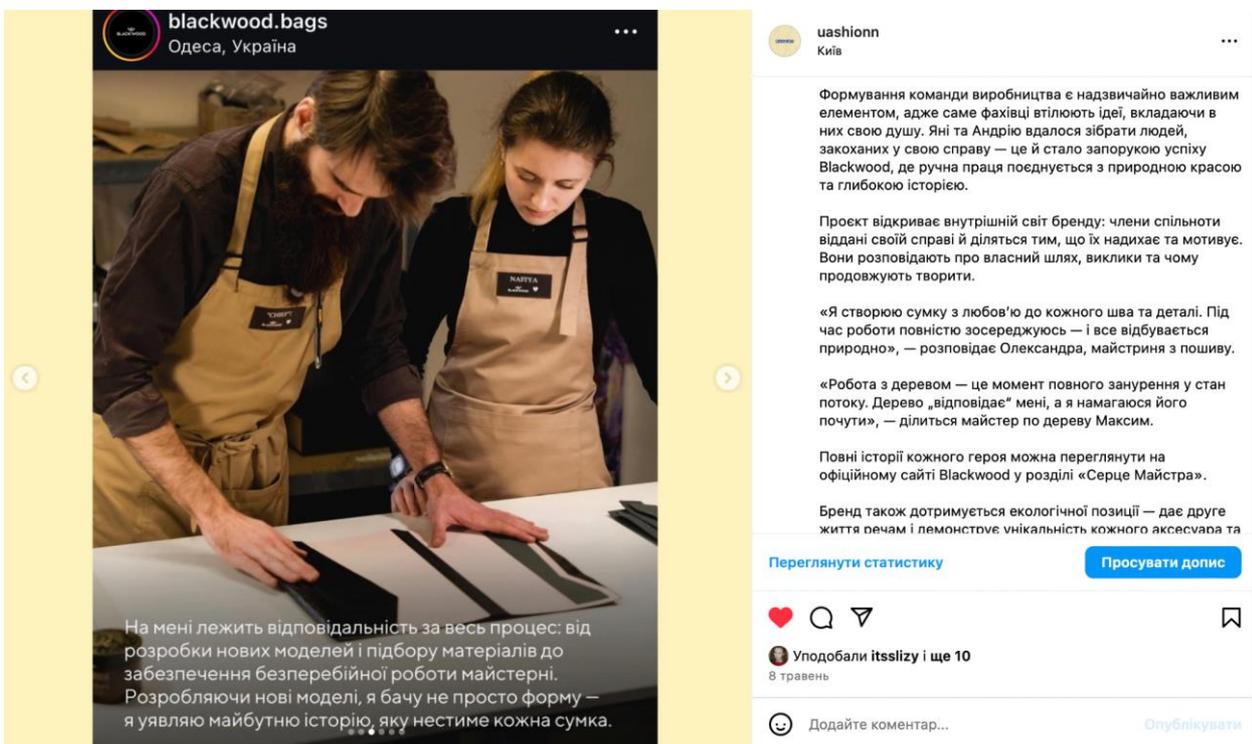


Рис 2.9.50

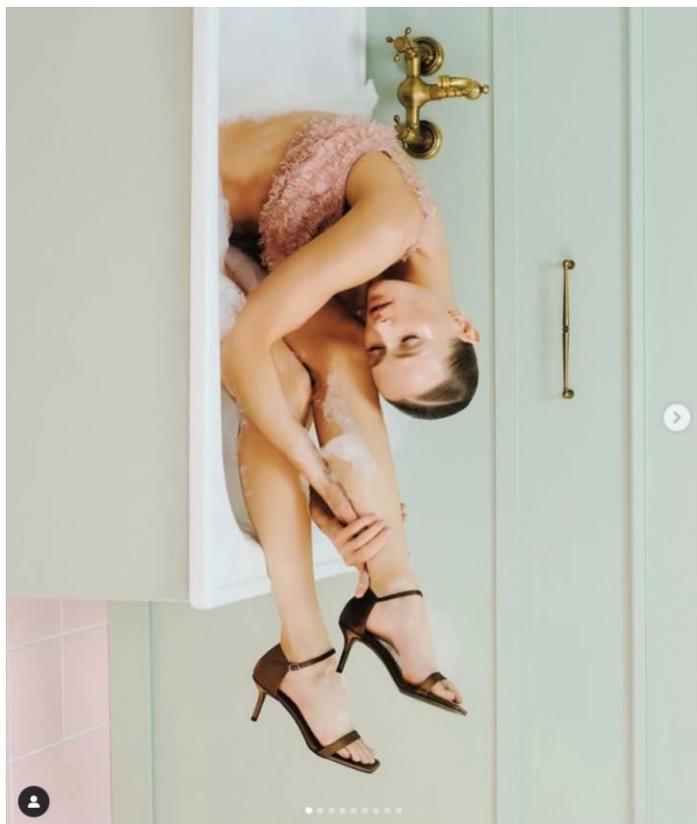


Рис 2.9.51

uashionn
Київ

uashionn Твої must-have речі на літо від ESTRO

Свою свіжу весняно-літню колекцію 2025 нещодавно представив @estro.ua .

Для тих, хто лише знайомиться з брендом — це український виробник жіночого та чоловічого, що спеціалізується переважно на взутті, аксесуарах та одязі. Вони швидко підхоплюють тренди й адаптують їх у дусі timeless. Кожна капсула містить речі як на щодень, так і виразні акценти. ESTRO дбає про комфорт, тому використовує виключно якісні матеріали — завдяки цьому вироби залишаються в гардеробі надовго. Особливо раджу звернути увагу на взуття: багато унікальних моделей з актуальними силуетами.

Тож повертаючись до колекції — її головний меседж: бути вільним, поєднувати тренд, комфорт і довговічність, носити улюблені пари без потреби їх знімати, мати впевненість і бути на одній хвилі з модою.

«Естетика міської розкоші та виклик традиційному уявленню про доречність — цього сезону межі зникають!» — діляться у брендї.

Погляд приковують слінгбеки з гострим або квадратним

Переглянути статистику [Просувати допис](#)

Уподобали itsslazy і ще 11
9 травень

Додайте коментар... [Опублікувати](#)



Рис 2.9.52

uashionn
Київ

про доречність — цього сезону межі зникають!» — діляться у брендї.

Погляд приковують слінгбеки з гострим або квадратним носком — вони легко стануть зручною парою на кожен день. Також представлені варіації класичних підборів, босоніжки з плетіння, шкіри, сатину, велюру чи замші. Балетки, лофери, кросівки — гортай підбірку фото, щоб надихнутись і обрати те, що ближче до душі.

ESTRO не залишив нас і без нових сумок — у нейтральній гамі: від ніжних до глибоких відтінків. У колекції — всі найактуальніші силуети: витягнутий багет, велюрові шопери, тоут-сумки тощо.

Не бійся експериментувати й шукати себе. Переглядай трендові позиції, але обирай те, що працюватиме у твоєму гардеробі саме зараз. Пам'ятай про свідоме споживання. Надивленість допомагає розвивати смак і відчуття власного стилю.

До зустрічі! ✨
2 тиж.

estro.ua

Переглянути статистику [Просувати допис](#)

Уподобали itsslazy і ще 11
9 травень

Додайте коментар... [Опублікувати](#)



NEW CAPSULE
Animalism
ТІНІ ХВИЛІ

ЗНИКНЕННЯ ДЕЛЬФІНІВ У ВОЄННИЙ ЧАС

uashionn
Київ

uashionn Зникнення дельфінів у воєнний час: нова капсула від Animalism

«Тіні хвилі» — саме таку назву отримала нова колекція благодійного українського бренду @animalism.shop . Повномасштабне вторгнення спричинило численні екологічні катастрофи, зокрема поступове зникнення дельфінів. Через постійні атаки та вибухи в Чорному й Азовському морях тисячі морських мешканців гинуть. Точну статистику наразі зібрати неможливо, але фахівці прогнозують близько 50 тисяч втрат.

Свою гуманітарну діяльність бренд розпочав ще у 2016 році, відстоюючи права тварин і допомагаючи їм. З кінця 2022 року команда активно рятує домашніх улюбленців, диких і свійських тварин, які опинилися в зонах бойових дій або просто потребують їжі, лікування чи реабілітації.

Через свої виробы Animalism висвітлює важливу місію та закликає до добрих вчинків. Бренд є повністю благодійним: 100% коштів із продажу передаються на потреби організації UAnimals.

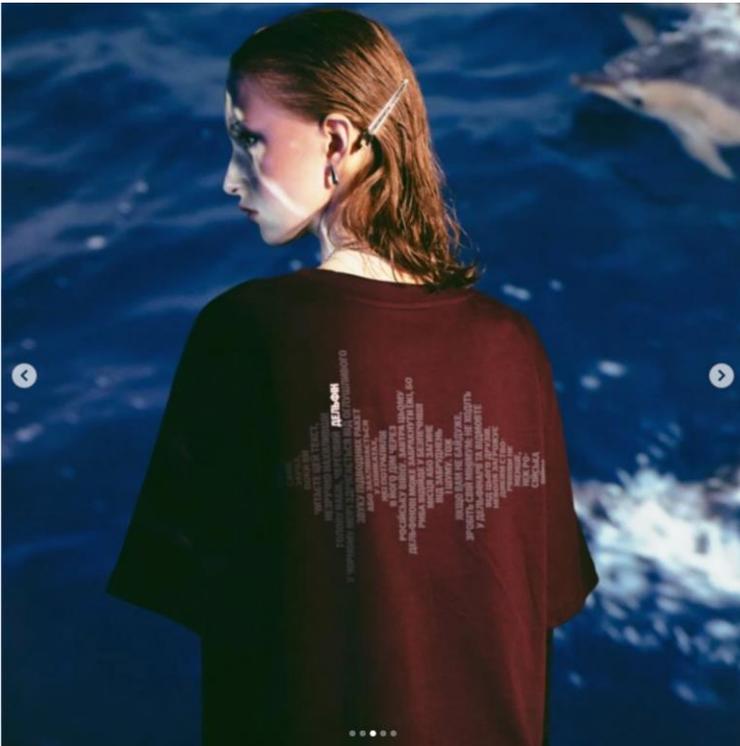
Принтами на одязі стали силуети дельфінів, їхні тіні та зображення звукової доріжки дельфінячих голосів. Ключові

[Переглянути статистику](#) [Просувати допис](#)

Уподобали itsslazy і ще 9
9 травень

Додайте коментар... [Опублікувати](#)

Рис 2.9.53



uashionn
Київ

Через свої виробы Animalism висвітлює важливу місію та закликає до добрих вчинків. Бренд є повністю благодійним: 100% коштів із продажу передаються на потреби організації UAnimals.

Принтами на одязі стали силуети дельфінів, їхні тіні та зображення звукової доріжки дельфінячих голосів. Ключові кольори капсули — бургунді, синьо-сірий та молочний. Фасони світшотів і футболок — оверсайз, з розслабленим кроєм. Серед аксесуарів — хустка, прикраси, шарпетки. Завдяки мінімалістичному підходу, ці речі легко інтегруються в щоденний гардероб — їх можна носити не лише як одяг, а як прояв соціальної позиції.

Це ще один вдалий приклад того, як через моду можна допомагати. Наша мода стає голосом нації, свідомості та підтримки.

До зустрічі! 🌊
1 тиж.

animalism.shop Дякуємо вам ❤️
1 тиж. 1 вподобання Відповісти

[Переглянути статистику](#) [Просувати допис](#)

Уподобали itsslazy і ще 9
9 травень

Додайте коментар... [Опублікувати](#)

Рис 2.9.54



uashionn
Київ

uashionn Вишиванка сьогодні: традиція, що стає трендом

Щорічний день вишиванки відзначається у третій четверг травня, в цьому році це припало на 15 число. Сорочка з традиційними мотивами несе в собі велику цінність та показує прояв патріотизму та підтримку.

Вони відрізняються технікою вишивки, кольоровою гамою й орнаментами.

Можна помітити як активно вписалась в асортимент багатьох брендів, адже вони переосмислили традиційну вишиванку під новий лад. І тепер це стає не лише вбранням на свята, а й на кожен день.

Це є ідентифікаційним кодом нашої культури, ручне створення та символіка передається через багато поколінь.

Текстури та історичні орнаменти з візерунками транслюють стилі різних регіонів : подільські, гуцульські, волинські тощо. Маркет пропонує обрати для себе ідеальний варіант.

До розгляду представлено цікаві пропозиції від вітчизняних виробників, на які варто звернути свою увагу.

[Переглянути статистику](#) [Просувати допис](#)

♥️ 💬 📌

Уподобали itsslizy і ще 13
7 дн. тому

😊 Додайте коментар... [Опублікувати](#)

Рис 2.9.55



uashionn
Київ

Етнодім- український свідомий бренд, який трансформує українські традиційні мотиви у сучасність. Вони використовують унікальні техніки ручної вишивки в поєднанні з якісними матеріалами: льону та бавовни. (Приклади стилізації з базовими речиса переглядайте у стрічці.)

Остання колекція цього роду «ода кольору». Ключовим елементом капсули стали відтінки природи, які змінюється під впливом погоди. [@etnodim](#)

Також бренд, що переосмислює створення української вишиванки є [Gunia Project](#). Розпочали свій шлях з традиційних гуцульських шуб, наразі в їх асортименті представлено від одягу до посуду ручної роботи, від локальних ремісників. Їхнім сорочкам притаманний мінімальний вигляд, шви яких об'єднуються у візерунках несуть в собі історію. Завдяки стриманості і простоті крою є чудовим варіантом на заміну звичайним однотонним рубашкам. [@gunia_project](#)

Справжньою перлиною серед вишиванок є унікальні витвори від [vita kin](#), (присвячено окремий детальний пост). Дизайнерка надихається культурою всього світу та включає ідентичність України, розробляє капсули, які набувають міжнародного визнання. [@vitakin_originals](#)

[Переглянути статистику](#) [Просувати допис](#)

♥️ 💬 📌

Уподобали itsslizy і ще 13
7 дн. тому

😊 Додайте коментар... [Опублікувати](#)

ETNODIM

Рис 2.9.56



uashionn
Київ

uashionn Сила стилю: благодійна колаборація Litkovska x AZOV.ONE

Бренд @litkovska_official презентував нову благодійну колекцію разом із @azov.one . У межах співпраці, метою якої є зібрати 3,5 мільйона гривень, усі кошти підуть на купівлю евакуаційних автомобілів для 12-ї бригади спецпризначення «Азов» НГУ.

Ця капсульна колекція несе в собі глибоку історію непростих часів, яка транслюється через принти та фактури речей.

Сама дизайнерка Лілія Літковська має активну благодійну позицію і вже не перший рік підтримує Україну, поширюючи меседжі на широку міжнародну аудиторію, тим самим привертаючи увагу до подій під час повномасштабного вторгнення. Один із найяскравіших прикладів — її вихід із плакатом «Help Ukraine, Help Azovstal, right now!» на Kornit Fashion Week у Лондоні в 2022 році. Тоді моделі з'явилися на подіумі в елементах військового вбрання та з національною символікою, що ілюструвала стійкість українського народу.

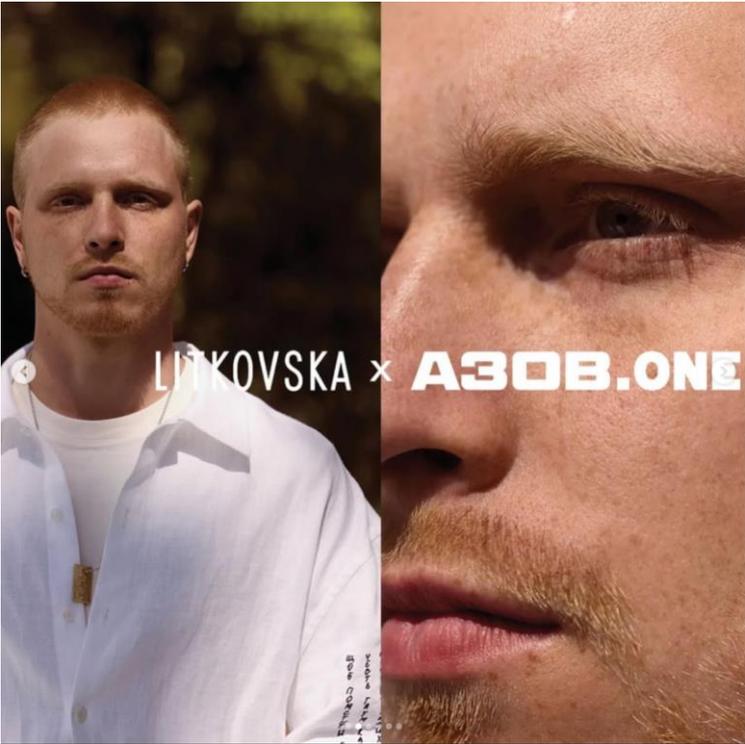
Реліз налічує сорочки та хустини. Простота силуету й нейтральна кольорова гама доповнюються вишивкою тексту молитви за азовців — як символ віри та незламності.

[Переглянути статистику](#) [Просувати допис](#)

Уподобали itsslizy і ще 3
2 дн. тому

Додайте коментар... [Опублікувати](#)

Рис 2.9.57



uashionn
Київ

нейтральна кольорова гама доповнюється вишивкою тексту молитви за азовців — як символ віри та незламності. Надягаючи на перший погляд базову річ, ти стаєш частиною важливої місії. Також у колекції є браслети, жетони — з матеріалів, привезених із передової.

Важливий акцент колекції — спеціальні артоб'єкти з кераміки, створені у співпраці з майстернею @gornceramics . Це 8 унікальних куль, що мають отвори, наче від влучання снарядів. Зверху — фігура людини, яка символізує надію на життя та віру в світле й мирне майбутнє.

Придбати лімітований дроп можна фізично у просторі бренду LITKOVSKA Basecamp або через azov.one.bot. Усі кошти, зібрані з продажів, донатів та майбутнього аукціону (який відбудеться у червні), буде передано на потреби бригади «Азов». За точними деталями — стежте за офіційними сторінками партнерів.

Тож ми і далі спостерігаємо, як вітчизняні дизайнери свідомо підходять до моди, поєднуючи естетику фешену з глибокою ідеєю.

До зустрічі!
2 дн.

[Переглянути статистику](#) [Просувати допис](#)

Уподобали itsslizy і ще 3
2 дн. тому

Додайте коментар... [Опублікувати](#)

Рис 2.9.58

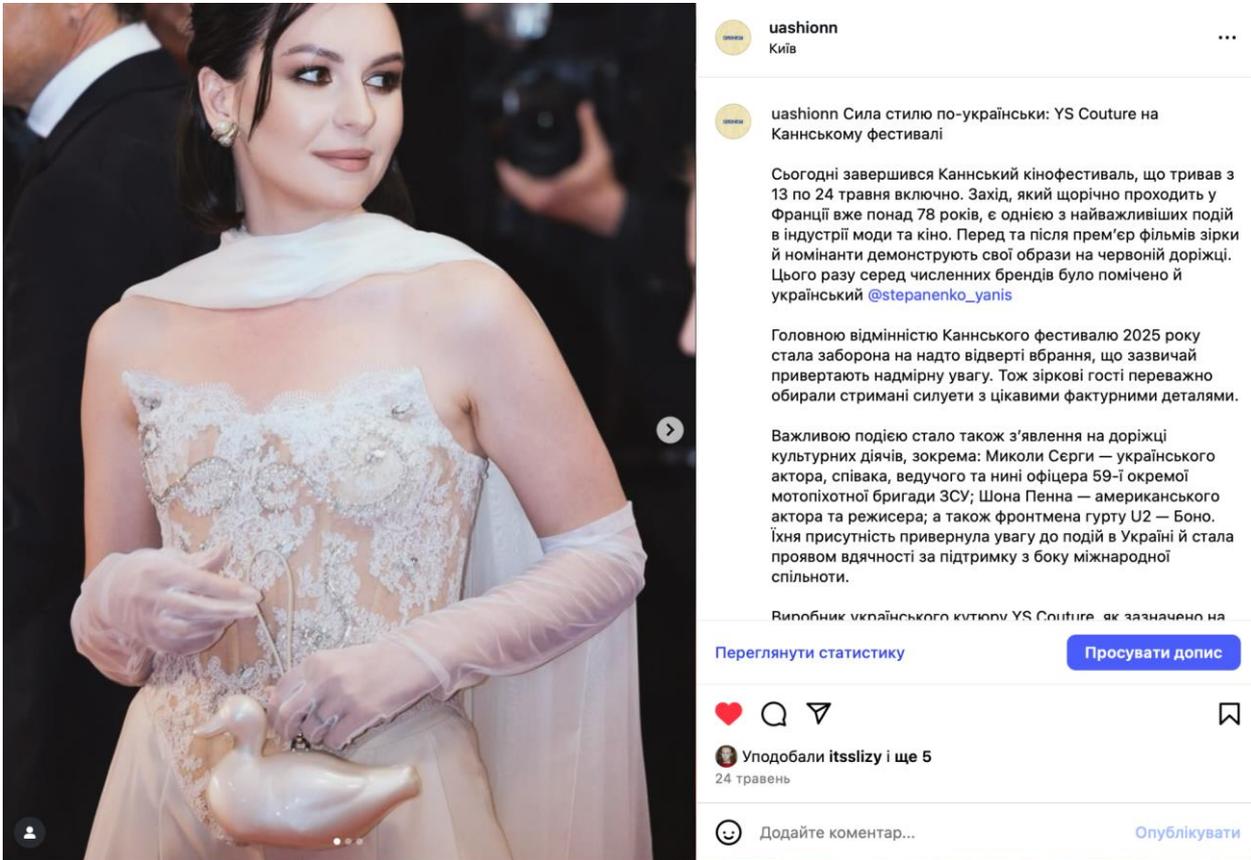


Рис 2.9.59

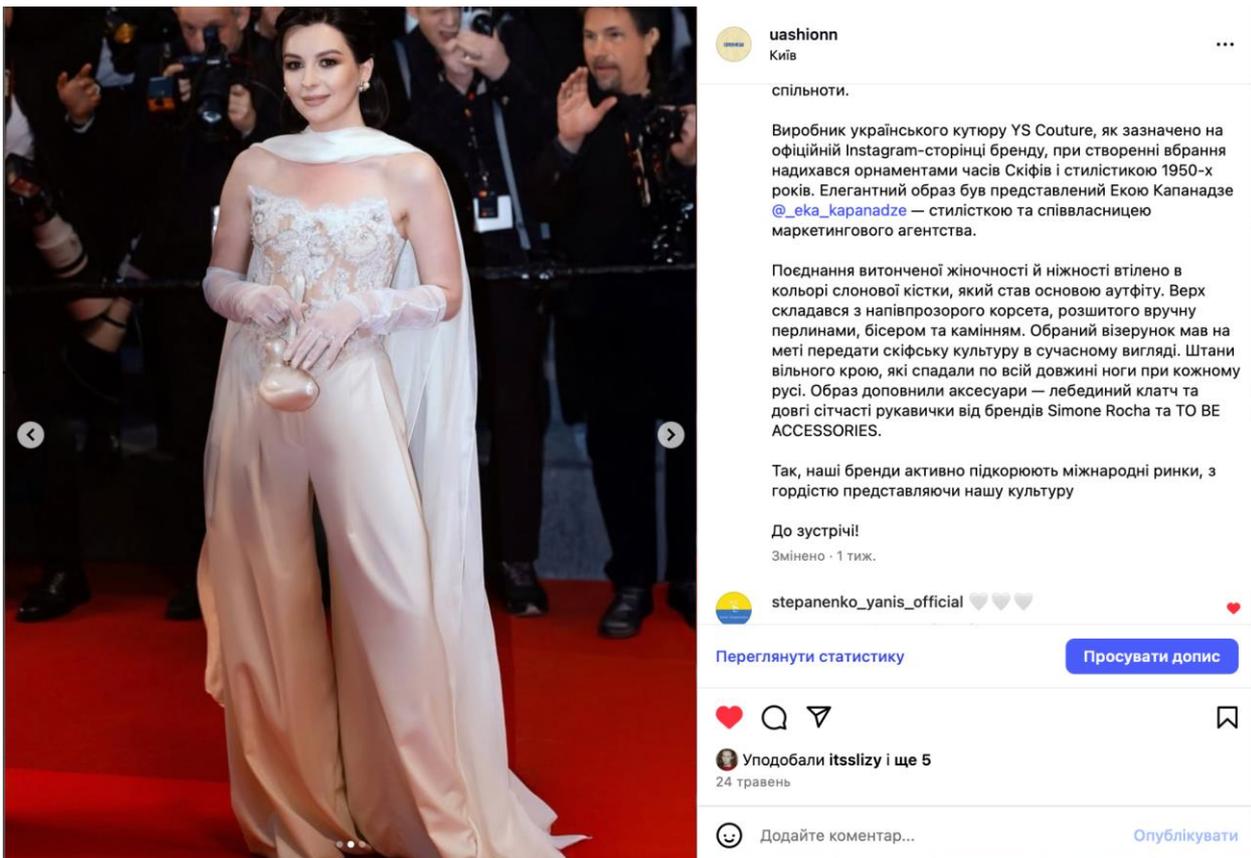


Рис 2.9.60

Посилання на веб сайт: <https://uashion.framer.website>

Вибіркова добірка текстового та візуального наповнення:

Design

Not just a jacket: The IENKI IENKI Phenomenon



16.04.2025

Outerwear is an essential part of any wardrobe, yet many consumers often prioritize looks over quality—resulting in garments that quickly lose their appeal.

However, Ukrainian brand **IENKI IENKI** proves that it's possible to combine

Рис 2.9.61

stylish design, cutting-edge production technologies, and top-tier materials that offer protection against the harshest weather conditions. Now recognized across the globe, the brand has become synonymous with quality and contemporary fashion.

IENKI IENKI was founded in Kyiv in **2016** by Dmytro Yevyenko, who is listed among the BoF 500—the most influential people in the fashion industry. His vision is to create modern silhouettes that express individuality and stand the test of time thanks to innovative production techniques. In their pursuit to design the ultimate cold-weather jacket, the brand uses advanced materials like nylon, paper cotton, and premium goose down, resulting in pieces that are lightweight, warm, and visually striking with shimmering, multi-tone finishes.

Just one year after launching, IENKI IENKI was available in over **300 stores** worldwide, solidifying its presence on the international fashion scene. From the start, the brand focused on a global audience — a strategy that clearly paid off. Celebrities like Emily Ratajkowski, Bella and Gigi Hadid, Kourtney Kardashian, and Hailey Bieber have all worn IENKI IENKI puffers proudly made in Ukraine.

Some of the brand's most iconic designs include the **Keptar jacket**, inspired by traditional sheepskin vests with authentic patterns, and the cult-favorite **Michelin jacket**, filled with premium goose down sourced

Рис 2.9.62

from Ukrainian farmers — according to the brand itself.



Рис 2.9.63

So what is the secret behind the IENKI IENKI phenomenon?

It lies in their innovative approach, their perfect balance between leading fashion trends and functionality, and their use of durable materials that are windproof, waterproof, and long-lasting. Add to that smart marketing and bold advertising campaigns that always catch the eye — and it's clear why the brand continues to grow rapidly and confidently hold its position in the global market.

Stay tuned for upcoming article about their designs for polar explorers and climbers scaling Mount Everest.

Рис 2.9.64

Design

Elegant Luxe in Ukrainian Style



24.04.2025

In recent years, a noticeable trend in the modern fashion industry has been **minimalism** and comfort combined with chic: quality fabrics, clean lines, and no unnecessary details

One of the leading Ukrainian brands that conveys the Less & Luxe aesthetic is **BEVZA**, founded in 2006. The founder and creative director is **Svitlana Bevza**. The brand's philosophy is *to design flawless silhouettes*

Рис 2.9.65

of clothing in a minimalist style, which emphasize femininity and add sophistication and sensuality.

Iconic piece — the white dress, the main attribute of each collection, which always looks current and fresh thanks to its texture and shades. The brand's bestseller accessory is the **grain-inspired jewelry**, reminding us of our heritage and unity with nature.



Рис 2.9.66

In addition, international recognition and active participation in fashion weeks in London, Paris, New York, and Ukrainian Fashion Week.

Endorsements from stars such as Naomi Campbell, Justin Bieber, Rita Ora, Beyoncé, and others, who have appeared at global events wearing Svetlana's designs. The team of workers manually creates each piece using traditional techniques. Drawing inspiration from cultural heritage, they add ethnic elements (embroidery, ornaments), which are adapted to a modern look.

BEVZA positions itself as a **conscious brand**, caring about ecology by choosing high-quality materials that are safe for nature and adopting a zero-waste production process.

They regularly present charity projects, such as the creation of a limited capsule of jewelry in collaboration with Mastercard, "**KALYNA**." All funds were donated to the Ukrainian House DC foundation for the rehabilitation of children affected by the war. The collection included earrings, pendants, and brooches in the form of the Ukrainian symbol of the viburnum, which is also a reference to the bank's logo. The launch was available in 15 countries, promoting the native history to attract more attention from foreign customers to the cultural heritage and raise awareness about the importance of helping and supporting Ukraine. Each piece was created in Kyiv and was produced with zero waste, caring for the environment.

Рис 2.9.67



To sum up, the brand continues to actively develop, presenting new collections with inspiration and the Ukrainian soul.

RECENT POSTS

[VIEW ALL POSTS](#)

09.05.2025

A capsule collection created to save dolphins

Рис 2.9.68

08.05.2025

"The Heart of the Artisan":
When Craft Becomes Art

2.11. Анотація

Самсоненко Є.В. “Перемога через стиль. Вплив українського стилю на війну та світ: створення та наповнення інстаграм-сторінки”

Ключові слова: мода, українські дизайнери, бренди, благодійність, вплив.

Розробка медійного продукту, присвяченого розвитку української моди в період повномасштабного вторгнення та її впливу в межах країни й на міжнародному рівні, передбачає створення якісного контенту українською мовою на сторінці в соціальній мережі Instagram під назвою @uashion. Додатково створено сайт з англійськими матеріалами для охоплення міжнародної аудиторії.

Наповнення сторінки в сучасному форматі, з авторською візуалізацією та унікальними текстами, дає змогу отримувати якісну й достовірну інформацію з обраної тематики, а також створити середовище для однодумців і платформу для обговорення новин у коментарях.

Медійна стрічка має патріотичне спрямування, що акцентує увагу на підтримці та популяризації українського. Особливий акцент зроблено на висвітленні благодійних ініціатив, які організовують вітчизняні бренди задля наближення перемоги.

Головна мета Uashion — стати надійним джерелом новин і продемонструвати, що одяг має не лише естетичну, а й значну суспільну й міжнародну цінність.

Медійний продукт Uashion має потенціал для подальшого успішного розвитку та просування з охопленням української й міжнародної аудиторії.

Samsonenko Y.V. “Victory Through Style. The Impact of Ukrainian Style on the War and the World: Creating and Managing an Instagram Page”

Keywords: fashion, Ukrainian designers, brands, charity, impact.

The development of a media product dedicated to the growth of Ukrainian fashion during the full-scale invasion and its influence both within the country and internationally involves creating high-quality content in Ukrainian on the Instagram page @uashion. Additionally, a website with English-language materials has been launched to reach a global audience.

The page features a modern format with custom visuals and original texts, providing access to reliable and relevant information on the selected topic. It also creates a space for like-minded individuals and a platform for discussing news in the comments section.

The media feed carries a patriotic message, emphasizing support for and promotion of Ukrainian identity. Special attention is given to covering charitable initiatives organized by domestic brands to help bring victory closer.

Uashion’s main goal is to become a trusted news source and to demonstrate that clothing represents not only aesthetic value but also significant societal and international importance.

The Uashion media project has strong potential for further successful development and promotion, engaging both Ukrainian and global audiences.

