

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Факультет журналістики
Кафедра журналістики та нових медіа

БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему: **РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ УКРАЇНСЬКОГО ФОЛЬКЛОРУ В**
СОЦМЕРЕЖАХ (НА ПРИКЛАДІ АВТОРСЬКОГО ТІКТОК-КАНАЛУ)

Здобувача першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти
групи ЖУРБ-1-22-4.0д.
галузі знань 06 Журналістика
спеціальності 061 Журналістика
освітньої програми 061.00.01
Журналістика
Попович Наталія Іванівна

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

Попович Н.І.
(підпис студента) (ініціали, прізвище)

Науковий керівник: Харкевич Н. В.
доцент кафедри журналістики та
нових медіа, кандидат історичних
наук

Розширена шкала _____

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Голова комісії _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

Члени комісії _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

Допускаю до захисту перед ЕК

_____ І.В. Погребняк,

завідувач кафедри журналістики та нових
медіа

_____ (підпис) (ініціали, прізвище)

_____ (підпис) (ініціали, прізвище)

м. Київ – 2026 рік

ЗМІСТ

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА.....	3
1.1. Обґрунтування актуальності проєкту	3
1.2. Мета і завдання роботи.....	5
1.3. Перелік методів здійснення творчого пошуку.....	7
II. СПЕЦИФІКАЦІЯ	8
2.1. Теорико-методологічні засади.....	6
2.2. Структура і рубрикація медіапроєкту.....	9
2.3. Контент та засоби виразності	11
2.4. Технічні й програмні засоби	12
2.5. Сфера застосування та результати апробації.....	13
III. ВИСНОВКИ.....	15
IV. СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	18
V. ДОДАТКИ	19
VI. АНОТАЦІЯ.....	25

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1.1. Обґрунтування актуальності проєкту

Україна існує вже понад тисячу років. Може, і не як незалежна країна, але як земля, яка сплела конгломерат з легенд, вірувань та звичаїв різноманітних народів та культур, що встигли пожити на цій землі і залишити свій слід як в давньому напівзабутому фольклорі, так і в ще живих традиціях, що передаються з покоління в покоління. Скіфи та сармати, язичники та християни та інші представники світових культур, що так чи інакше зробили свій внесок в культуру сучасної України.

Фольклористика наука широка і практично всеосяжна. В дивовижних створіннях та їх особливостях явно відслідковуються риси регіонів, які є їхньою зоною існування. Лісові чугайстри та мавки, що заманюють юнаків в густі карпатські ліси щоб ніколи не випустити, і полуденниці на півдні, що карали селян працюючих в спеку тепловим ударом, це історії, що переходили з уст в уста, як і пісні, в яких досі знаходять натяки чи підтвердження справжніх історичних подій чи біографій.

Як вказує в своєму матеріалі Anel Sudakevich, вітчизняна наука, як демонструють результати пошуку за відповідним запитом у базі Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського, уважно вивчає фольклор. Він цікавить дослідників як гуманітарна цінність невичерпний навчальний матеріал для школярів та навіть як джерело для підготовки медіатекстів. Найчастіше фольклор трактують як усну традиційну творчість народу й особливий тип культурної комунікації. Останнім часом зростає кількість дослідників, що звертають увагу наукової спільноти на сучасний продукт колективної творчості людства, зокрема, українців. [1]

Фольклор це не просто цікаві історії чи старі страшилки для дітей, це наш культурний код. Він ввібрав в себе і радість, і журбу українського народу. Майже кожна подія в житті українця колись включала в себе цілу складну систему обрядів, починаючи з вагітності та пологів, що ототожнювалися з значною кількістю прикмет, та забобон що мали на меті захистити породілля

та малюка і які по-декуди вірять і досі, традиції весілля, що різні від регіону до регіону і кожного разу можна дізнатися щось нове, ритуальних співаночок, що вітали весну чи відлякували мавок, знання стосовно землі і її обробки, які передавалися з уст в уста через покоління, десятиліттями забезпечуючи рясний урожай чи попереджаючи, коли варто добре заpastися провізією чи тужливих пісень та характерних обрядів оплакувань та прощань, які допомагали відпустити померлого родича в засвіти.

Все це є не просто застарілими уявленнями, а способом наших предків вижити та пояснити собі речі, наукового пояснення яким тоді не було. Це частина нашої культури та історії, як і національний одяг чи народні пісні, і це все має працювати на об'єднання українців і популяризацію слов'янської культури.

Ми вважаємо, що зараз питання того, чи буде наш фольклор забутий стоїть ребром як ніколи, адже до початку повномасштабного вторгнення наша ідентичність все більше розмивалася під трендом європейського тихого космополітизму чи насадженням російських традицій, яким у нас раніше місця не було, як миття ніг теці чи голосіння нареченої. Саме тому ми маємо добре знаєти своє – щоб нам не могли насадити чуже.

Питання «Хто ми?» для воюючої країни не має бути другорядним. Народ, який не знає своєї історії та культури – просто населення. Тільки знаючи своє минуле, розуміючи свої трагедії та свої досягнення, населення може називатися нацією.

І зараз, в час повномасштабного вторгнення, спрага українців до знання свого походження і того, хто ми такі, розгорілася як ніколи. Все частіше на вулиці можна побачити людей в вишиванках, почути переспіви стародавніх пісень і мотивів. Люди хочуть споживати україноцентричний контент, і це тішить. [2]

Також, згідно з В. Кравчик-Василевською сучасні засоби передачі інформації не знищили традиційної комунікації, за допомогою якої поширюється фольклор. Вони лише розширили до глобальних масштабів

кількість її учасників і вплинули на розвиток модифікованих форм фольклорних повідомлень. [3]

Актуальність проєкту підтверджується сучасними соціологічними та культурологічними дослідженнями, які засвідчують зростання інтересу української молоді до національної культури та посилення ролі соціальних мереж як основного каналу споживання інформації. [4,5] У цих умовах тіток стає ефективним інструментом популяризації українського фольклору, сприяючи формуванню культурної ідентичності та поширенню знань про традиційну культуру серед молоді аудиторії, що підтверджується опитуванням Центр аналізу та соціологічних досліджень (CISR) про зростання популярності цієї соцмережі серед українців всіх вікових категорій. [6]

Також вагомим чинником, чому ми обрали саме цю соцмережу, це те, що тіток має власні алгоритми просування, що підтверджується Вищий відсоток охоплення та кількість переглядів через відсутність алгоритмів обмеження показів; Більший час перегляду через формат нескінченного скролінгу; Вищий коефіцієнт залучення аудиторії (той самий ER та ERR, за які б'ються всі таргетологи та контент мейкер); Менша вартість залучення нової аудиторії; Більший час перебування в додатку. Для маркетологів це коротко звучить так: більше просування і, можливо, продажів за менший бюджет, вища вірогідність попадання реклами в саме серце клієнтських очікувань. [5]

1.2. Мета і завдання роботи

Мета роботи – створення естетично цілісного й виразного тіток проєкту що просував би теми фольклору в легкому, пізнавально-розважальному форматі.

З цього виходить, що завдання стояли такі:

1. Аналіз понять та основних складових українського фольклору. Пошук актуальних тем, які можна розкрити в короткому форматі, підхожого під тіток.
2. Дослідження особливостей функціонування тітку як середовища для спілкування та обміну культурним досвідом.

3. Визначення способів подачі інформації та тону голосу.
4. Аналіз специфіки соцмережі тікток, способів просування та зацікавлення аудиторії.
5. Розробка концепції, візуального стилю, підбір шрифтів та кольорів, музики та часу публікації.
6. Створення серії невеликих публікацій, макетування та генерація візуальних образів.

Предметом роботи виступає український фольклор та особливості адаптації його подачі в тіктоці з метою просування і репрезентації української культури в сучасному цифровому форматі за допомогою поєднання яскравих візуальних об'єктів, лаконічних тематичних текстів та об'єднаної стилістики.

Об'єктом роботи є український фольклор, звичаї, діалектизми і традиції і їх репрезентація в соціальних мережах.

Об'єм роботи – створення кількох постів, що складаються з декількох слайдів, кількість яких має бути достатньою щоб розкрити тему, але не перенавантажувати глядача. Також потрібні були ілюстрації та візуальні об'єкти, яким и перероблювали під стиль проекту, використовуючи об'єкти з вільних джерел чи генеруючи їх з допомогою штучного інтелекту. Кожен слайд був зроблений вручну, навіть сірі зигзаги, які були там з метою робити фон і не зовсім нудним, і не надто яскравим. Розміщення тексту робилося так, щоб об'єкти і кнопки соцмережі не закривали його частини, а сам текст був по кілька раз вчитаний, щоб бути достатньо стислим щоб утримати увагу користувача тіктоку.

Місія проекту – поширення фольклору і знань про українську культуру методом розваги, щоб людина будь якого віку могла просто відкрити тікток, розслабитися і погортати слайди, ненав'язливо дізнаючись більше про свою спадщину.

Концепція - концепція полягає в популяризації українського фольклору через сучасний короткий формат, адаптований до особливостей сприйняття контенту молодіжною аудиторією. Канал поєднує елементи просвітницького

та розважального контенту, представляючи українські міфи, легенди, демонологічних персонажів, народні вірування, обряди та традиції у доступній і візуально привабливій формі.

Основна ідея каналу — показати, що український фольклор не є таким простим і буквальним, як його часто розуміють.

1.3. Перелік методів здійснення творчого пошуку

Було використано комплекс методів дослідження, зокрема: аналіз мережі та інших джерел інформації, які можна було адаптувати під формат тіктоку; контент-аналіз схожих за змістом сторінок, щоб зрозуміти їх слабкі та сильні сторони, взяти те, що в них виходить, і не повторювати їх помилок; метод узагальнення та систематизації для структурування зібраних матеріалів, аналіз чи підійдуть вони для публікації в тіктоці без порушення формату чи концепції; а також проєктний метод, що передбачав розробку та реалізацію авторської тікток-сторінки як практичної частини дослідження.

II. СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОЄКТУ

2.1. Теоретико-методологічні засади

Теоретичною основою проєкту також стали сучасні підходи до збереження та популяризації нематеріальної культурної спадщини в цифровому середовищі. Соціальні мережі сьогодні виконують не лише комунікативну, але й культурно-просвітницьку функцію, стаючи простором для поширення знань про традиційну культуру. У цьому контексті цифрові платформи можуть розглядатися як новий механізм трансляції фольклору, що дозволяє адаптувати традиційні наративи до потреб сучасної аудиторії без втрати їхнього змістового ядра. Саме тому важливим завданням проєкту було не лише передати фактичну інформацію про українські вірування та звичаї, але й зробити її зрозумілою та цікавою для користувачів, які раніше не мали досвіду взаємодії з подібною тематикою.

Методологічною основою проєкту став комплексний підхід, який поєднує аналіз джерел, вивчення особливостей цільової аудиторії та практичні методи створення цифрового контенту. Під час підготовки матеріалів використовувалися елементи порівняльного аналізу, що дозволяли зіставляти регіональні варіанти традицій та народних уявлень. Це особливо важливо для української культури, оскільки значна кількість обрядів і вірувань має локальні особливості, які відрізняються залежно від історичних, географічних та етнокультурних чинників.

Важливою складовою роботи стала адаптація наукової та популярно-наукової інформації до формату коротких відеопублікацій. Матеріали, які в академічному середовищі можуть займати десятки сторінок тексту, необхідно було трансформувати у декілька лаконічних слайдів без втрати змісту. Такий процес вимагав відбору ключових фактів, спрощення складних термінів та побудови логічної структури розповіді. При цьому особлива увага приділялася збереженню достовірності інформації та уникненню надмірної сенсаційності, яка часто супроводжує контент на тему міфології та народних вірувань.

Крім того, під час створення контенту враховувалися особливості алгоритмів соціальної мережі TikTok та поведінкові характеристики її користувачів. Сучасна аудиторія споживає інформацію швидко та переважно візуально, тому ефективна комунікація потребує поєднання стислого тексту, привабливого оформлення та зрозумілої структури подачі матеріалу. Саме тому кожна публікація проєкту розроблялася як окремий завершений інформаційний продукт, здатний привернути увагу користувача протягом перших секунд взаємодії.

Окремо варто зазначити, що значна частина сучасного контенту про українську міфологію в соціальних мережах часто базується на спрощених інтерпретаціях або вторинних джерелах. Унаслідок цього виникають численні викривлення та містифікації, які поступово починають сприйматися як історичні факти. Одним із завдань проєкту стало критичне опрацювання доступної інформації та представлення тем у максимально наближеному до наукового розуміння вигляді, з урахуванням регіональної специфіки та різноманіття української культурної традиції.

Таким чином, теоретико-методологічні засади проєкту поєднують фольклористичний, культурологічний та медіакомунікаційний підходи. Це дозволяє розглядати тіток не лише як платформу для розваг, а як ефективний інструмент популяризації української культури, формування інтересу до народної спадщини та актуалізації знань про традиції й вірування в умовах сучасного цифрового середовища.

2.2. Структура/ рубрикація медіа проєкту.

Проєкт «Галерія» являє собою серію непов'язаних між собою постів, що розповідають про міфологічних істот, у яких вірили в різних частинах України, традиції предків та давні вірування, що формували світогляд українців протягом століть. Основною метою проєкту є популяризація української культурної спадщини серед молодшої аудиторії шляхом адаптації складних історико-етнографічних тем до формату короткого та доступного контенту в соціальній мережі тіток. ()

Кожна з цих рубрик поділялася на окремі підрубрики. Так, у пости про традиції ми намагалися додавати декілька ключових аспектів, які поступово розкривалися протягом усієї публікації. Зокрема, описувалися причини виникнення певної традиції, обставини, за яких до неї зверталися, а також її символічне та культурне значення для українського народу. Такий підхід дозволяв не лише ознайомити аудиторію з певним звичаєм, а й пояснити його роль у повсякденному житті та духовній культурі предків. Для підсилення візуального сприйняття використовувалися спеціально згенеровані або знайдені на фотостоках та інших відкритих ресурсах зображення, які допомагали створити відповідний настрій і краще передати атмосферу описуваних явищ.

Рубрика «слово дня» присвячена цікавим діалектичним та архаїчним словам з усіх куточків України. Оформлена в простому і зрозумілому стилі, використовувалася нами як така собі «інтерлюдія» між об'ємними постами, щоб підтримувати певну регулярність.

Для оформлення постів про міфологічних створінь було обрано послідовний принцип подачі інформації. Кожна публікація починалася із заголовка та короткого вступу, що дозволяло одразу привернути увагу користувача та сформулювати загальне уявлення про тему. Наступні слайди були присвячені окремим аспектам: зовнішності істоти, її особливостям, характерним рисам, місцю в народних віруваннях, а також способам захисту від неї чи взаємодії з нею згідно з фольклорними уявленнями. Така структура відповідала особливостям споживання контенту в тіток, де важливо утримувати увагу глядача та поступово розкривати інформацію невеликими змістовними блоками. (див. Додаток А)

Окрема увага приділялася візуальній складовій проєкту. Для всіх публікацій використовувалися схожі композиційні рішення, шрифти та кольорова гама, що сприяло формуванню впізнаваного стилю сторінки. Візуальна єдність дозволяла створити цілісний образ проєкту та підкреслити його тематику. Крім того, для окремих публікацій підбиралися відповідні

звукові супроводи, які допомагали посилити атмосферу містичності та занурити глядача в тематику українського фольклору.

Тіток не є настільки інтерактивною платформою, як Інстаграм чи Фейсбук, хоча технічно надає можливість використовувати різноманітні інтерактивні елементи. Проте проведені нами спостереження за поведінкою аудиторії показали, що надмірна кількість додаткових елементів часто не сприяє кращому сприйняттю інформації. Навпаки, перенасичення контенту інтерактивними деталями може відволікати користувача від основного змісту та знижувати ефективність комунікації. Саме тому акцент було зроблено на зрозумілій структурі, лаконічній подачі інформації та якісному візуальному оформленні.

Попри наявність кількох тематичних напрямів, чіткої рубрикації в проєкті немає. Усі публікації об'єднані спільною тематикою, присвяченою українському фольклору, міфології та народним традиціям. Єдність проєкту забезпечується насамперед загальним візуальним стилем, характером подачі матеріалу та аудіосупроводом. Завдяки цьому окремі пости сприймаються як частини єдиного культурно-просвітницького медіапроєкту.

2.3. Контент та засоби виразності.

Важливу роль у візуальній концепції проєкту відіграла також система композиційного розміщення елементів. Текстові блоки, ілюстрації та декоративні елементи розташовувалися за принципом візуальної ієрархії. Заголовки мали найбільшу візуальну вагу та одразу привертати увагу до теми публікації, тоді як основний текст подавався короткими логічними блоками для полегшення сприйняття інформації з екрана мобільного пристрою.

Оскільки значна частина аудиторії тіток переглядає контент у швидкому темпі, важливо було забезпечити максимальну читабельність кожного слайду. Саме тому уникалося надмірне використання декоративних елементів, складних текстур та великої кількості кольорів. Основний акцент робився на змісті та його візуальному супроводі. Такий підхід дозволив створити баланс між естетичною привабливістю та функціональністю дизайну.

Окрему увагу було приділено добору ілюстративного матеріалу. Зображення виконували не лише декоративну функцію, а й допомагали візуалізувати описувані явища, персонажів та обряди. У випадках, коли не існувало автентичних зображень чи вони не підходили під стилістику, їх або генерували з допомогою ШІ, або заміняли чимось близьким по контексту. Це дозволяло зробити контент більш наочним і доступним для сприйняття.

Для забезпечення цілісності візуального стилю всі публікації створювалися за єдиним шаблоном. Незалежно від тематики окремого допису, користувач міг легко впізнати належність матеріалу до проєкту завдяки спільним графічним рішенням, кольоровій палітрі та типографіці. Це було зроблено з метою зробити стилістику впізнаваною. {6}

Не менш важливим було врахування технічних особливостей платформи твіток. Під час розробки макетів бралися до уваги безпечні зони відображення контенту, особливості розташування службових елементів інтерфейсу та можливі відмінності між моделями мобільних пристроїв. Це дозволило уникнути ситуацій, коли важлива інформація перекривається кнопками взаємодії або обрізається на окремих екранах.

Таким чином, візуальне оформлення проєкту було спрямоване не лише на створення привабливого зовнішнього вигляду, але й на забезпечення ефективної комунікації з аудиторією. Усі дизайнерські рішення приймалися з урахуванням специфіки цифрового середовища, особливостей сприйняття інформації користувачами.

2.4. Технічні й програмні засоби.

Для реалізації проєкту «Галерія» було використано технічну базу, а саме ноутбук на операційній системі Windows та смартфон. В основному, текст створювався й редагувався на смартфоні, і публікувалися матеріали також з його допомогою. Це дуже зручно, оскільки ми одразу могла оцінити як пост виглядатиме після публікації і чи все коректно відкривається.

Робота з графічною частиною відбувалася на комп'ютері, а точніше на чотирьох різних, в залежності де саме як над нею працювали. Кожен слайд був

вручну зроблений та зведений та з допомогою програм Adobe Photoshop та Illustrator, кожна ілюстрація вручну знайдена, обрізана та підігнана під потрібний розмір та формат.

Шрифти також були обрані не стандартні, а художні, тобто ми шукали і встановлювала їх в систему самостійно. Також деякі шрифти чи зображення потребували незначної корекції, що ми робили користуючись Adobe Illustrator.

2.5. Сфера застосування та результати апробації.

Проект «Галерія» має широкий спектр застосовування. Він може повноцінно існувати як самостійний ресурс, забезпечуючи освітню та розважальну функцію, ставши платформою збору і поширення інформації про маловідомі регіональні звичаї, лексеми, пісні чи інші матеріали, якими користувачі б хотіли поділитися з мережею.

Окрім освітньої та розважальної функцій, проєкт може виконувати важливу культурно-просвітницьку місію. З початком повномасштабного вторгнення, зріс суспільний інтерес до української історії, традицій та національної ідентичності. У зв'язку з цим популяризація фольклору через сучасні цифрові інструменти сприяє не лише поширенню знань, але й формуванню зацікавленості власною культурною спадщиною серед молодого покоління. Особливо актуальним це є для користувачів, які не мають прямого доступу до ще живих народних традицій чи проживають за межами регіонів її активного побутування. Також це актуально для переселенців, що втратили зв'язок з культурою рідного регіону, і з допомогою платформи можуть знайти однодумців чи людей зі схожим культурним досвідом, так само як представники біженців і діаспори за кордоном.

Важливим напрямом розвитку може стати збір інформації для контенту з різних регіонів. Таким чином можна буде реалізувати проєкт як точку глобалізації загальнодержавного культурного досвіду. Для цього можна використати коментарі глядачів, дописи з інших соцмереж чи літературу, що включає в себе описи певних локальних звичаїв чи традицій.

Крім того, проєкт може стати платформою для інформування аудиторії про тематичні фестивалі, музейні виставки, етнографічні заходи, презентації книжок та наукові конференції, присвячені українській традиційній культурі. Це дозволить створити навколо ресурсу активну спільноту людей, зацікавлених у вивченні та популяризації фольклору.

З освітньої точки зору матеріали проєкту можуть використовуватися як допоміжний інструмент під час вивчення української літератури, історії, культури та народознавства. Завдяки короткому формату, візуальній насиченості та доступній мові подачі вони здатні доповнювати традиційні навчальні матеріали та сприяти кращому засвоєнню інформації учнями й студентами.

Отже, проєкт «Галерія» має потенціал для розвитку в багатофункціональний культурно-освітній ресурс, який поєднуватиме популяризацію українського фольклору, створення тематичної спільноти, підтримку культурних ініціатив та поширення знань про різноманіття української традиційної культури в сучасному цифровому просторі.

III. ВИСНОВКИ

Авторський Проєкт «Галерія» був реалізований в рамках створення практичної частини бакалаврської кваліфікаційної роботи на базі соцмережі тіток. Проєкт присвячений темі української фольклористики та її поширенню серед молоді шляхом створення розважального контенту.

Актуальність авторського проєкту зумовлена необхідністю модернізації способів трансляції української етнокультурної спадщини в умовах цифрового суспільства та гострого суспільного запиту на деколонізацію культури й відновлення національної ідентичності. Після початку повномасштабного вторгнення тема національної свідомості розгорілася з новою силою, ставши трендом. Все більше людей переходять на українську, носять національний одяг в повсякденному житті, цікавляться історією та традиціями.

Бакалаврський проєкт на тему Репрезентація українського фольклору ще раз підтверджує, що Тіток як соцмережа цілком може використовувати не тільки в розважальних, але і в освітніх цілях, підтримуючи баланс між цими двома критеріями.

Заради справного функціонування проєкту нами були дослідженні тенденції просування в соцмережі тіток включно з специфікою створення та оформлення контенту. Дослідження відбувалося шляхом перегляду контенту новинних та інформаційних сторінок з метою визначення їх сильних та слабких сторін та способів просування, а ще звернулася до певних порад в інтернеті.

Іншою важливою рисою є музичний супровід – найкраще відео просуватиметься, якщо для аудіо доріжки буде використаний трек з популярного, але в моєму кейсі це часто було невідходящим до контексту. Він має бути достатньо динамічним, але не надто різким, щоб користувач міг сконцентруватися на тексті, не відволікаючись на звук. Також варто розуміти, що часто користувачі переглядають тіток без звуку і не закладати надто багато змісту в музику, якщо тільки публікація їй не присвячена. Тобто для

фонової музики краще обрати ту, про яку йдеться – користувачі тіктоку не зацікавлені в пошуку інформації, тому вона має бути подана тут і зараз.

Ми зробили висновок, що для просування текстово-графічних матеріалів в тіктоці важливо дотримуватися кількох основних критерій, найважливішою з яких є обсяг текстового навантаження. Концепція тіктоку полягає в динаміці, отже щоб текст читали, він не має бути надто довгим. Також абсолютно не варто вставляти текст не в карусель слайдів, а в опис, користувачі в коментарях часто критикують такий підхід та іноді називають його «інстаграмівським». Ще важливими є якість зображення та картинки – вони мають бути достатньо яскраві, але не достатньо щоб відволікати увагу від тексту, а картинки чіткими, зрозумілими і нерозмитими.

Отже, проєкт «Галерія» був створений як тематичний спеціалізований медіа проєкт, що дозволяє користувачам побачити і принаймні отримати уявлення про культурний досвід жителів різних частин України, дізнатися нові діалектизми та їх значення а також певні легенди та історії.

Практична реалізація підтвердила, що реалізований проєкт з довільним темпом розвивається, і що просування в Тікток в простій і зрозумілій формі цілком актуальне для різної за віком та регіоном аудиторії.

Проєкт «Галерія» не просто інформаційний ресурс, що розповісти про те, як щось існувало чи працювало. Він створений, щоб розповісти про це стисло та цікаво, маючи на меті не академічність енциклопедичний розширений виклад інформації, а зацікавити користувача тематикою, вловити ті кілька секунд його уваги, коли він гортає стрічку, і звернути їх на інформаційно-розважальний матеріал.

Також важливо пам'ятати про сам вміст та спосіб його демонстрації – теми мають бути підібрані так, щоб гармоніювати одне з одним, а заголовки та лицьові слайди зроблені дуже стисло та зрозуміло – щоб користувач прочитав і зрозумів, про що буде йтися, при цьому не прогорнув через надто академічний чи скупий виклад інформації, або навпаки надто об'ємний.

Ще одним чинником просування є час публікації – найшвидше набирали перегляди відео, опубліковані в вихідні або в вечірній час. (див. Додаток В)

IV. СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Вітчизняна наука уважно вивчає фольклор
<https://medium.com/@hannastarkova/%D1%81%D1%83%D1%87%D0%B0%D1>

2. Стрімкий ріст популярності української культури:
https://www.kiis.com.ua/materials/news/20230320_d1/UCBI_Culture2023_rpt_UA_fin.pdf

3. Зараз тікток є однією з найпопулярніших соцмереж серед молоді та URL:
://home.ednannia.ua/en/analytics/data-catalog/391?utm_source

4. Кравчик-Василевська В. Електронний фольклор як явище цифрової культури [Електронний ресурс] / В. Кравчик-Василевська. — Режим доступу до ресурсу:
<http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/18009/09-Kravchik-Vasilevska.pdf>

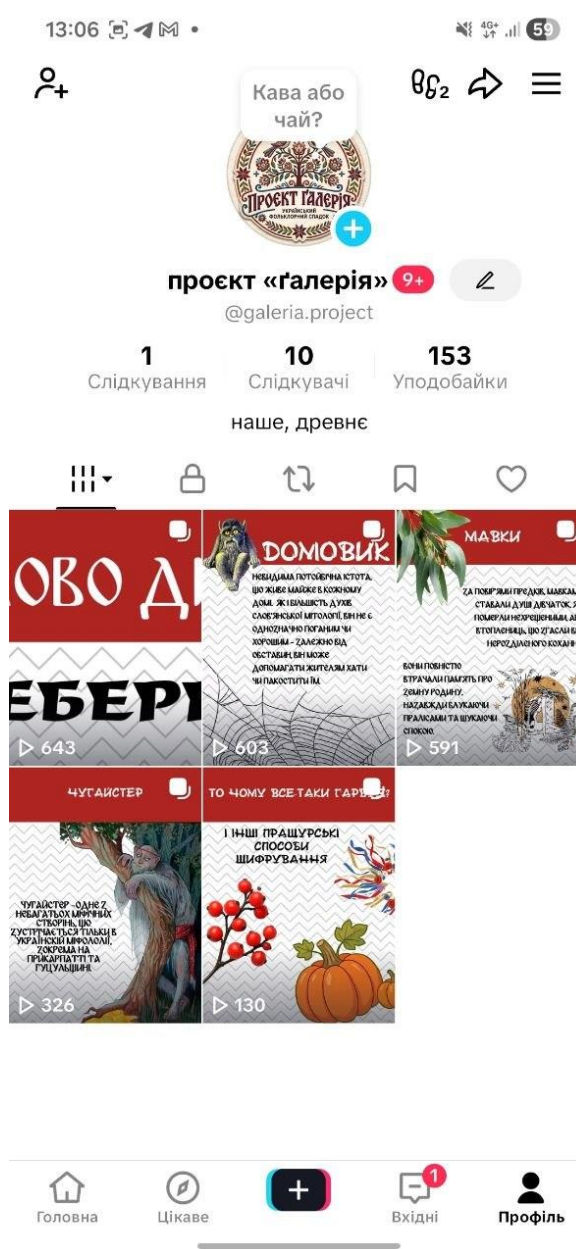
5. Самопросуваючі ресурси тіктоку
https://trademaster.ua/mirovoy_opyit/313892

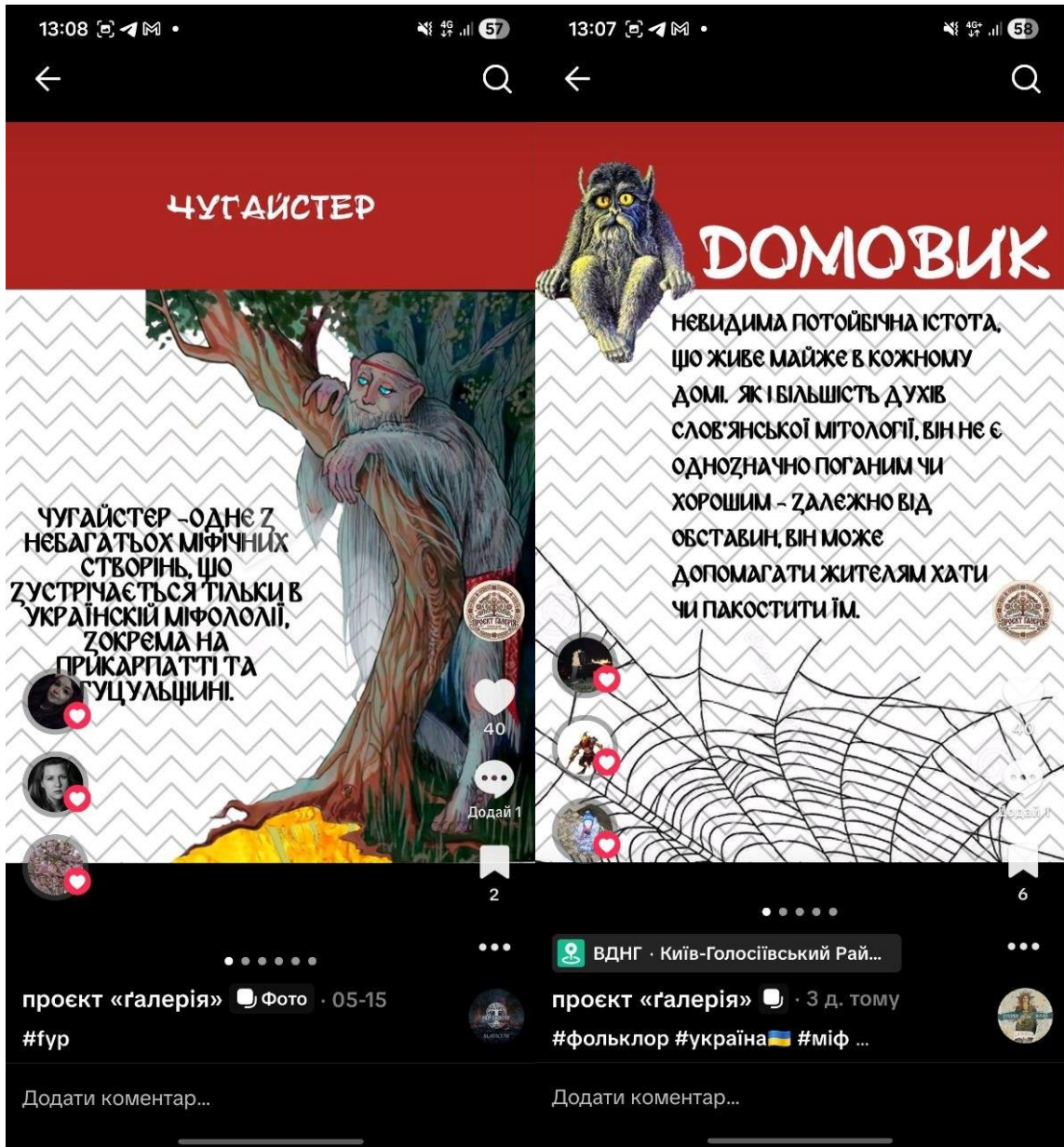
6. Основні принципи дизайну й типографіки.
<https://medium.com/design-bootcamp/ux-blueprint>

V. ДОДАТКИ

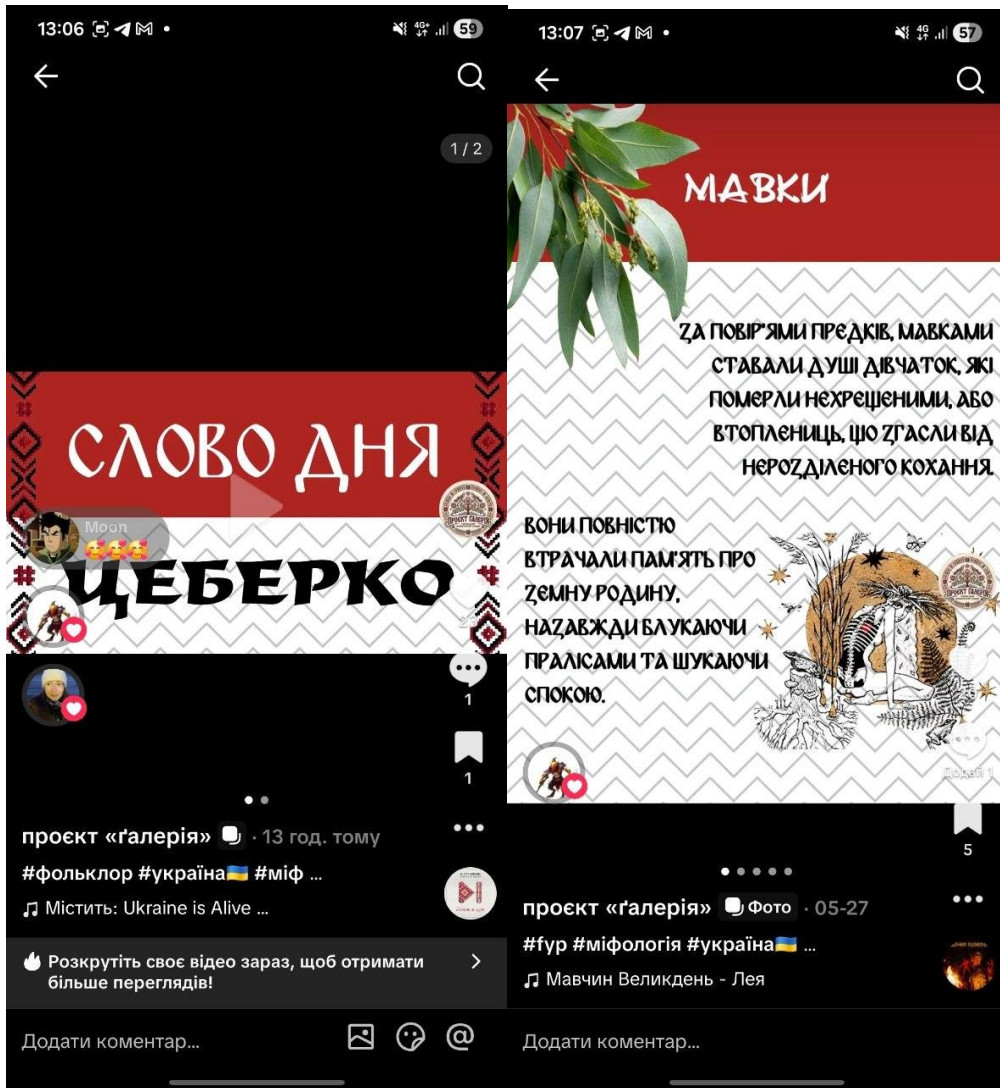
Додаток А.

Публікації на тікток-сторінці



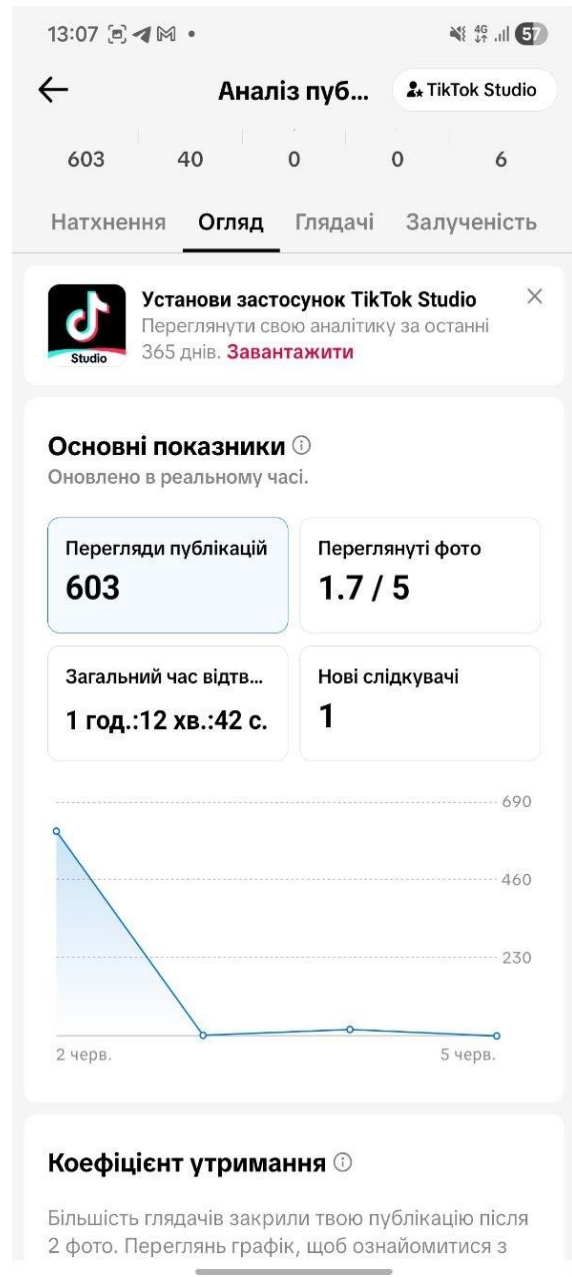
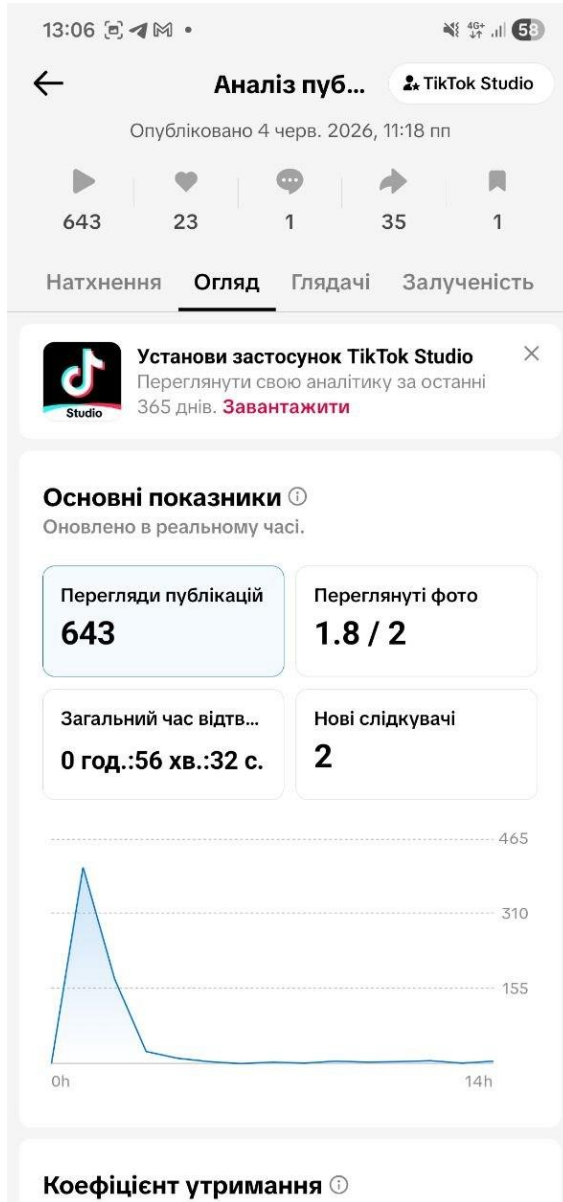


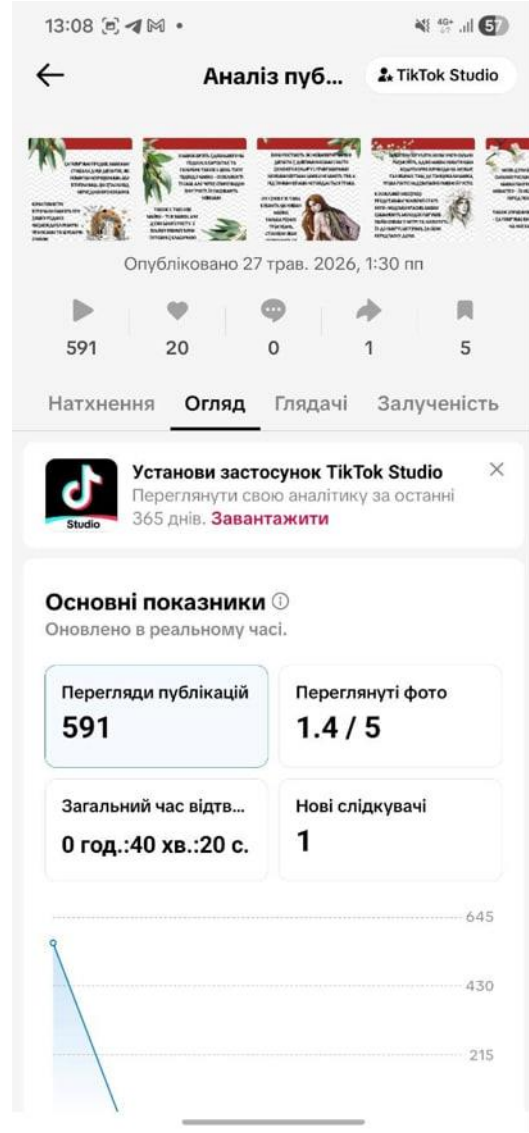
Додаток А.



Статистика тіток-сторінки Проєкт «Галерія»

Додаток Б





Посилання на сторінку



VI. АНОТАЦІЯ

Попович Н. «РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ УКРАЇНСЬКОГО ФОЛЬКЛОРУ В СОЦМЕРЕЖАХ.».

Ключові слова: ТікТок, фольклор, міфи, звичаї, легенди, Україна, діалектизм, соціальні мережі, українська література, культура.

Бакалаврська кваліфікаційна робота присвячена створення й оформленню тікток сторінки Проєкт «Галерія» з ціллю популяризації і просування українського фольклору в соцмережах. Роботу обґрунтовано в контексті зростання популярності та затребуваності україноцентричного та національно спрямованого інформаційного контенту у зв'язку з недостатністю висвітлювання тем древньої культурної спадщини, розкриттям різниці між культурним досвідом та прийнятими звичаями та традиціями регіонів та поширення цієї інформації в соцмережах легкодоступним для сприйняття способом. Основними форматами було обрано текстово-графічні пости та каруселі слайдів. Проєкт виконує освітню, розважальну та просвітницьку функції. Практичним результатом є тікток сторінки Проєкт «Галерія» й наповнення її змістом, зосередженим на донесення змістом що розповідає про українські фольклор, звичаї, діалектизми та мітологію.

ABSTRACT

Popovych, N. “THE REPRESENTATION OF UKRAINIAN FOLKLORE ON SOCIAL MEDIA.”

Keywords: TikTok, folklore, myths, customs, legends, Ukraine, dialectalism, social media, Ukrainian literature, culture.

This bachelor’s thesis is dedicated to the creation and design of the TikTok page “Project Gallery” with the aim of popularizing and promoting Ukrainian folklore on social media. The work is grounded in the context of the growing popularity and demand for Ukraine-centric and nationally oriented informational content due to the lack of coverage of topics related to ancient cultural heritage, revealing the differences between cultural experiences and the accepted customs and traditions of the regions, and disseminating this information on social media in an easily accessible and understandable way. The primary formats chosen were text-and-image posts and slide carousels. The project serves educational, entertaining, and enlightening purposes. The practical outcome is the TikTok page for the “Gallery” project and its content, which focuses on conveying information about Ukrainian folklore, customs, dialectal features, and mythology.