КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Факультет журналістики
Кафедра міжнародної журналістики

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА
на тему:

Інтеграція представників українських креативних індустрій у міжнародний культурний простір: розроблення та просування англомовної інстаграм-сторінки

Здобувачки першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти
групи МЖб-1-22-4.0д
галузі знань 06 Журналістика
спеціальності 061 Журналістика
освітньої програми 061.00.05
Міжнародна журналістика
Какун Анастасії Вікторівни

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

_____ _____
(підпис студента) (ініціали, прізвище)

Науковий керівник: Гончарук І.С.
викладач кафедри міжнародної журналістики

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Допускаю до захисту перед ЕК

_____ В.І. Терещук
завідувач кафедри
міжнародної журналістики

Голова комісії

_____ _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

Члени комісії

_____ _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

_____ _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

_____ _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

м. Київ — 2026 рік

ЗМІСТ

ВСТУП 2
РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ 7
РОЗДІЛ ІІ. СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ 10
2.1. Обґрунтування інформаційного проєкту 10
2.2 Структура проєкту 12
2.3. Жанрова палітра 13
2.4. Зображальний матеріал та особливості оформлення 14
2.5 Авторська ідея 15
2.6 Особливості аудиторії 17
РОЗДІЛ ІІІ. ТЕХНІЧНІ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ 19
ВИСНОВКИ 21
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 25
ДОКУМЕНТАЦІЯ 26
ДОДАТКИ 54
АНОТАЦІЯ 56
ANNOTATION 57

ВСТУП

Актуальність вибору теми

Після 24 лютого 2022 року в світовому інформаційному просторі Україна здебільшого згадується у контексті повномасштабної війни, яку розпочала Росія. Журналісти повідомляють про обстріли, загибелі військових та цивільних, винаходи для більш ефективного виконання бойових завдань на фронті, гуманітарні проблеми, тоді як відомості про досягнення українських представників креативних індустрій переважно залишаються поза увагою.

За даними дослідження Цюрихського університету, 39% новин у світових медіа про Україну стосуються безпосередньо військових дій [4]. 41% матеріалів розкриває теми політичних, економічних та соціальних наслідків повномасштабного вторгнення. Кількість новин на іншу тематику, зокрема, культуру, не перевищує 15% [3]. Саме тому в цей час важливо створювати проєкти, що висвітлюватимуть Україну як багатогранну державу, митці якої мають безпосередній вплив на міжнародний ринок – дизайнери одягають світових зірок, актори підкорюють Голлівуд, режисери здобувають «Оскар», а танцівники перемагають на престижних шоу.

У сучасному світі діджиталізація із кожним днем охоплює все більше сфер життя, а соціальні мережі, зокрема Інстаграм, стають найпопулярнішими майданчиками для поширення даних та формування суспільної думки. Тому розробка проєкту на цій платформі допомагає створити хороший імідж для України у сфері культури. Іноземці не втрачають інтерес до кінематографу, червоних доріжок або ж художніх виставок, тож розповсюдження цікавих текстів, фото- і відеоматеріалів про досягнення українців у цих сферах закріплюють наше місце в інформаційному просторі та допомагають так чи інакше витіснити з нього представників креативних індустрій із Росії.

Створення Інстаграм-дописів на одній із найпоширеніших мов світу – англійській забезпечує популяризацію матеріалів серед якомога більшої частини глобальної аудиторії. Руйнування так званого мовного бар'єру слугує гарним способом вибудовувати комунікацію між Україною та іншими державами. Окрім того, поширення англійськомовних матеріалів дозволяє формувати проукраїнські наративи у глобальному просторі та знизити рівень викривлення інформації, що може виникнути через недостовірність перекладу.

Отже, користь від створення англійськомовної Інстаграм-сторінки про інтеграцію українських представників креативних індустрій у міжнародний культурний простір полягає у руйнуванні стереотипного уявлення про те, що Україна це лише «країна у війні». Іноземці зможуть дослідити, що громадяни нашої держави досягають успіху на світових майданчиках, безпосередньо впливають на різні мистецькі напрямки, мають великий потенціал та задають тренди.

Окрім того, медіапроєкт може слугувати хорошим елементом «м'якої сили» (soft power), адже без згадок про політичні явища ставить Україну в центр уваги, популяризуючи доробки вітчизняних митців. Завдяки правильним меседжам у іноземців сформується уявлення про нашу країну як повноцінного учасника глобального культурного простору, що зі свого боку збільшить попит на український мистецький продукт.

У довгостроковій перспективі медіапроєкт може забезпечити формування міцних культурних зв'язків між Україною та іншими державами світу, сприяти розвитку співпраці у сфері креативних індустрій та підвищити впізнаваність вітчизняних митців на глобальній арені.

Мета та завдання кваліфікаційної бакалаврської роботи

У міжнародному інформаційному просторі дуже рідко з'являються матеріали, які висвітлювали би досягнення представників українських креативних індустрій. Метою кваліфікаційної бакалаврської роботи є

дослідити роль та місце громадян України в світовому культурному просторі, показати їхні успіхи і створити англійськомовну Інстаграм-сторінку, спрямовану на популяризацію цих даних серед глобальної аудиторії.

Для досягнення поставленої задачі визначено такий перелік завдань:

1. Проаналізувати вплив представників українських креативних індустрій на світову арену. Як їхні унікальні доробки змінюють підхід до роботи в індустріях кіно, моди, мистецтва, музики тощо.
2. Знайти конкретні приклади співпраці українців з всесвітньо відомими зірками, тріумфів на міжнародних майданчиках, перемоги на престижних преміях тощо.
3. Дослідити, як про діячів культури з України відгукуються колеги іноземці та критики. Особливу увагу варто приділити індустріям кіно, образотворчого мистецтва і класичної музики.
4. Проаналізувати, як креативні індустрії можуть стати елементом «м'якої сили» (soft power).
5. Визначити роль діджитал-платформ у просуванні інформації, пов'язаної з культурою.
6. Дослідити на прикладах схожих проєктів, який підхід до поширення матеріалів на платформі Інстаграм є більш вдалим: формат постів, рілс, кількість тексту та візуальне оформлення.
7. Розробити повноцінний візуал сторінки та продумати план публікації дописів – скільки разів на тиждень мають виходити матеріали, в який час доби і який формат має переважати (відео чи текстові дописи), аби отримати найбільшу активність.
8. Створювати інформаційні матеріали, що відповідають поставлені меті.
9. Продумати план просування авторського продукту.

Об’єкт та предмет дослідження

Об’єктом дослідження при створенні кваліфікаційної бакалаврської роботи є успішна інтеграція представників українських креативних індустрій у міжнародний культурний простір та їхній вплив на мистецькі тенденції.

Предметом дослідження є способи підвищення популяризації досягнень українських діячів культури на міжнародній арені за допомогою англійськомовної сторінки в соціальній мережі Інстаграм.

Методи дослідження

При розробці кваліфікаційної бакалаврської роботи було використано низку методів, які допомогли вивчити вплив діяльності українських митців на міжнародний ринок, а саме:

1. Аналіз медіапростору – пошук у соціальних мережах і медіа (міжнародних та українських) контенту, який розкриває інтеграцію українців у світову культурну арену. Дослідження способів подання таких матеріалів.
2. Порівняння – виділення переваг та недоліків висвітлення новин про культуру в різних медіа світу, розробка найкращого контент-плану для власного проєкту.
3. Експеримент – публікація матеріалів у різних форматах (текстові дописи, відео) та візуальних стилях для створення найбільш ефективної моделі ведення сторінки, яка привертатиме увагу цільової аудиторії.
4. Аналіз наукової літератури – дослідження поняття «м’якої сили» (soft power) в контексті культури.

Структура роботи

Творчий проєкт складається із двох частин: теоретичної, у якій обґрунтовується важливість створення англійськомовної Інстаграм-сторінки про успіхи представників українських креативних індустрій у міжнародному

культурному просторі. А також практичного додатку матеріалів, які супроводжували виготовлення медіапродукту: концепцію Інстаграм-сторінки, макет дописів.

РОЗДІЛ І

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Поняття «соціальні медіа» охоплює широку категорію інтерактивних інтернет-платформ, які дозволяють користувачам створювати, споживати та обмінюватися контентом. Соціальні мережі, як наприклад Фейсбук, Інстаграм, ЛінкедІн, Ютуб і ТікТок, давно вийшли за межі виключно розважальних майданчиків, натомість виконують ще й інформативну та просвітницьку функції [2]. Вони закривають запити сучасної аудиторії набагато ефективніше, ніж традиційні медіа, через швидкість висвітлення новин і двосторонню комунікацію. Специфікою подання матеріалів на інтернет-платформах є стисліть викладу, завдяки чому автор може за короткий час описати основну суть інформації у кількох абзацах, а сучасна аудиторія, яка здебільшого уникає лонгрідів, не пролисне допис. Важливою особливістю соціальних мереж є і те, що читачі мають змогу миттєво висловити думку щодо наведених даних та провзаємодіяти з текстом, що створює відчуття причетності.

Згідно з результатами дослідження Інституту вивчення журналістики Reuters [5], у Сполучених Штатах Америки, Латинській Америці, Африці та деяких країнах Азії традиційні медіа втрачають популярність, а основним каналом новин стають саме соціальні мережі. У США, наприклад, у 2025 році 34% людей отримували інформацію переважно з інтернет-платформ, тоді як у 2015-му цей показник становив 4%. У європейських країнах наразі спостерігається більш сталий інтерес до традиційних джерел новин, проте тенденція до популяризації соціальних мереж все ж зростає. Для п’ятої частина населення Великої Британії та Франції діджитал-майданчики стали головним каналом отримання новин, хоча раніше це число становило по 10%. Більш залежною від соціальних мереж є молодь. 44% людей віком від 18 до 24 років та 38% від 25 до 34 років майже не отримують інформацію з газет, телебачення, радіо чи сайтів.

Подібна тенденція спостерігається і в інформаційному просторі України. Результати дослідження громадської організації «Інтерньюз-Україна» свідчать [1], що у 2025 році 86% українців обирали соціальні мережі як основне джерело інформації, при цьому 91% із них споживали новини зі смартфонів. Телебачення у період із 2015 по 2025 роки втратило найбільшу частку аудиторії – з 85% до 33%, новинні сайти – з 47% до 31%, радіо – з 35% до 13%, а друковані медіа – з 31% до 4%.

Враховуючи вищезазначені дані, можна дійти висновку, що соціальні медіа у наш час стали одними з найпотужніших платформ для просування бізнесів, культурних течій, створення хорошого іміджу для брендів, а також популяризації бажаних наративів. У цьому контексті Інстаграм є вдалим майданчиком для просування доробків представників українських креативних індустрій на міжнародній арені. Алгоритмічна система соціальної мережі пропонуватиме дописи на культурну тематику іноземцям, які нею цікавляться, а вибір правильних фото та відеоматеріалів для англійськомовних дописів фіксуватиме увагу на матеріалах.

Найкращими прикладами Інстаграм-сторінок, які зосереджені на популяризації робіт митців, можна назвати:

1. The Great Women Artists – проєкт, створений британською історикинею мистецтв та кураторкою Кеті Гессел [6]. Він поєднує у собі подкаст, книгу, однак найбільш популярною складовою є Інстаграм-профіль. У соціальні мережі авторка розповідає про видатних художниць різних епох та публікує інтерв’ю із сучасними мисткинями, популяризуючи їхні творчі доробки на широку аудиторію.
2. Ukraine.ua – офіційний Інстаграм-акаунт України, що став одним із найяскравіших прикладів популяризації робіт вітчизняних митців. Хоча публікації на платформі стосуються не лише культури, частина англійськомовних матеріалів висвітлює інтеграцію представників український креативних індустрій у

міжнародний культурний простір: перемоги на престижних преміях, високі досягнення в сферах музики, літератури чи моди. Така діяльність соціального медіа розповідає світу про Україну як багатогранну державу, громадяни якої, незважаючи на війну, щодня продовжують розвиватися.

3. The Pink Lemonade Store: – одна з найпопулярніших Інстаграм-платформ про культуру, створена італійським художником Франческо Вулло [7]. Основна мета проєкту полягає у просуванні доробків сучасних митців. У соціальному медіа публікують картини, скульптури, фото та відеороботи діячів культури з усього світу, залишаючи посилання на їхні особисті соціальні мережі, що дозволяє привернути увагу широкої аудиторії до конкретних персон. Кількість підписників на платформі становить майже 2,5 мільйонів.

Популярність цих соціальних медіа показує, що у наш час культура перебуває у фокусі уваги громадськості не менше, ніж політика, зміни в навколишньому середовищі чи суспільні процеси. Враховуючи таку тенденцію, а також зростаючий вплив діджитал-платформ, бачимо, що створення Інстаграм-сторінки про інтеграцію представників українських креативних індустрій у міжнародний культурний простір є гарним способом доступними словами показати глобальній аудиторії досягнення вітчизняних митців. Окрім того, створення цікавих інформаційних матеріалів руйнують міфи про Україну, як державу, культура якої завершується на вишиванках і шароварах, що, тривалий час нав’язувалася, зокрема, і російською пропагандою.

РОЗДІЛ ІІ

СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ

2.1. Обґрунтування інформаційного проєкту

Інстаграм-сторінка Ukrainian Pulse in World Culture орієнтована на світовий інформаційний простір, а особливо анлгійськомовні країни. Порядок денний міжнародних традиційних та соціальних медіа насичений великою кількістю новин на політичну тематику, а Україну здебільшого висвітлюють як «державу у війні». Така тенденція формує однобоке уявлення міжнародної аудиторії про нашу країну та, що не менш важливо, викликає інформаційну втому. Остання призводить до абсолютної втрати інтересу до будь-яких матеріалів про Україну. Враховуючи такий розвиток подій, створення акаунту на популярній діджитал-платформі про високі досягнення українських митців, дизайнерів, співаків чи акторів у світовому культурному просторі допомагає збільшити рівень зацікавленості читачів у нашій Батьківщині.

Варто також враховувати, що на іноземному інформаційному ринку спостерігається стрімке зростання популярності соціальних мереж світових таблоїдів, які акцентують увагу на різних аспектах життя відомих людей та результатах престижних премій. Така тенденція підкреслює, що створення англійськомовних інформаційних і просвітницьких матеріалів із конкретними прикладами досягнень українців у різних креативних сферах, а також позитивних коментарів зірок про їхні доробки, покращить культурний імідж нашої країни.

Інстаграм-сторінки The Great Women Artists та The Pink Lemonade гарно демонструють, який вплив соціальні мережі мають на популяризацію митців. Авторка The Great Women Artists робить акцент на просвітницьких матеріалах. Вона публікує фотографії картин художниць, незалежно від рівня їхньої популярності у світі, висвітлює цікаву інформацію із їхньої біографії та красномовно описує особливості творчості. Що не менш цікаво, на сторінці

The Great Women Artists з'являються інтерв'ю із сучасними художницями, що робить мистецтво ближчим та більш зрозумілим для широкої аудиторії.

Соціальне медіа The Pink Lemonade дуже схоже за ідеєю, однак кардинально відрізняється способом подачі матеріалів. Автор сторінки зосереджує увагу на візуальній складовій – обирає найбільш нестандартні картини, фотографії чи модні колекції, які миттєво привертають увагу читача і руйнують стереотип про те, що мистецтво – це про вичурність і незрозумілість форм. Іншим важливим аспектом The Pink Lemonade є прямі посилання на соціальні мережі авторів творчих робіт, що допомагає підвищити їхню впізнаваність серед глобальної аудиторії. Окрім того, автор нерідко закликає читачів висловлювати свої думки щодо різних доробків, що формує двосторонню комунікацію і зацікавлює нову аудиторію.

Офіційний Інстаграм-акаунт України Ukraine.ua є одним із небагатьох прикладів поширення вітчизняної культури на міжнародну арену. Англійськомовні дописи про досягнення українців у різних креативних сферах привертають увагу іноземців, завдяки оригінальній подачі та влучним словам, та все ж, такі дописи кількісно значно поступаються матеріалам про війну та політику. Для Інстаграм-сторінки, що репрезентує Україну, важливо не втрачати фокус уваги іноземних читачів на подіях та наслідках повномасштабного вторгнення, аби світ не забував, що геноцид нашого народу триває.

Тож бачимо, що наразі в інформаційному просторі відсутні якісні соціальні медіа, які би зосереджувалися виключно на інтеграції українців у міжнародний культурний простір. Створення Інстаграм-проєкту на відповідну тематику допоможе закрити таку інформаційну «прогалину» та збільшити обізнаність аудиторії про досягнення України. Що не менш важливо, Ukrainian Pulse in World Culture сприяє зацікавленості молоді віком від 18 до 35 років у культурі нашої держави, адже матеріали подаються через призму співпраці із популярними зірками чи появи на відомих майданчиках. Яскраві приклади

продемонструють глобальній аудиторії пряму дотичність України до культурних сфер їхніх країн.

2.2 Структура проєкту

Інстаграм-сторінка Ukrainian Pulse in World Culture являє собою соціальне медіа, у якому поєднується текстовий та візуальний контент. Кожен допис має змістовну інформацію про досягнення українського представника тієї чи іншої креативної індустрії у міжнародному культурному просторі. Аби читач міг тут і зараз побачити конкретні приклади, кожен пост доповнений найкращими фото чи відеоелементами, які при скролінгу рухаються паралельно змісту тексту.

Враховуючи особливості створення контенту для Інстаграм, дописи складаються із трьох або чотирьох абзаців. При написанні матеріалів для Ukrainian Pulse in World Culture головною задачею є відповідати інтересам міжнародної аудиторії, тож вони зосереджені на описі співпраці українців із зірками та успіхів на відомих майданчиках. Це зі свого боку наочно демонструє, як діячі культури з України впливають на формування трендів та підсвічує їхню конкурентоспроможність.

Аби не перенасичувати аудиторію вичерпною інформацією про здобутки українців у конкретній сфері, загальна кількість матеріалів не розділена за чіткими підпункти. Через кожні три-чотири дописи акцент почергово зміщується із одного культурного середовища на інше. Матеріали в Ukrainian Pulse in World Culture зосереджені на розкритті таких тем:

1. Кіно – інформація про українських акторів, які знялися у міжнародних проєктах, зокрема, для відомих стримінгів, як наприклад Netflix. Висвітлення досягнень вітчизняних режисерів – перемоги на кінопреміях, схвалення критиків, а також зацікавленість у їхніх роботах представників світових медіа. До цього підпункту можна віднести й участь українських акторів у рекламних кампаніях світових брендів.

2. Мода – демонстрація того, як українські дизайнери змінюють стандарти світової фешн-індустрії: перетворюють національні мотиви на стильні елементи образів, одягають зірок на червоні доріжки, представляють колекції в елітних бутиках. Частина публікацій висвітлює затребуваність українських моделей та фотографів на міжнародному ринку моди.
3. Музика – матеріали про співаків різних жанрів, які отримали міжнародне визнання, стали амбасадорами впливових програм.
4. Перемоги в міжнародних талант-шоу – дописи на цю тему яскраво показують конкурентоспроможність представників українських креативних індустрій.

2.3. Жанрова палітра

Для того, щоб задовольняти запити аудиторії, які споживають інформацію із соціальних мереж, проєкт Ukrainian Pulse in World Culture зосереджений на невеликих матеріалах у інформаційному та художньо-публіцистичному жанрах. Дописи з’являються на сторінці медіа двічі або тричі на тиждень, що допомагає підтримувати хорошу статистику, відповідати особливостям алгоритмічної системи та, відповідно, збільшує шанси потрапити в «рекомендоване».

Основна задача Ukrainian Pulse in World Culture полягає у демонстрації іноземній аудиторії інтеграції українців у різні культурні сфери та безпосередньому ознайомленні із кожним митцем. Подання матеріалів у форматі заміток найкраще підходить для втілення цієї мети, оскільки в невеликих за обсягом текстах зібрані ключові дані про різних людей, що розкривають їхню біографію та творчі успіхи.

Художньо-публіцистичні жанри представлені у формі дописів-нарисів, у яких «сухі» факти про різних діячів культури стають більш цікавими та легкими для сприйняття завдяки використанню епітетів та емоційно забарвленої лексики. У публікаціях на сторінці Ukrainian Pulse in World Culture

нерідко зустрічаються вислови на кшталт «яскраво демонструє», «вражаючі роботи», «талановиті виступи», що допомагає підкреслити значимість митців та їхніх доробків.

2.4. Зображальний матеріал та особливості оформлення

Ukrainian Pulse in World Culture – це проєкт, створений на платформі Інстаграм, тож візуальні елементи відіграють у його функціонуванні одне з ключових значень. Правильно підібрані світлини та відео підсилюють значення тексту та допомагають глядачу на конкретних прикладах зрозуміти, як представники українських креативних індустрій інтегруються у міжнародний культурний простір.

Логотип медіа створено в мінімалістичному стилі: на бежевому тлі розташована скорочена назва проєкту UA Pulse World Culture, праворуч від якого міститься синьо-жовтий герб України. Лаконічне поєднання не створює ефекту «візуального шуму», а більш яскраві відтінки українського національного символу одразу дають зрозуміти, про яку країну йтиметься на сторінці. У верхній частині профілю у кількох реченнях англійською мовою викладено основну суть медіапроєкту: «Побачте українську культуру як ніколи раніше. Дослідіть, як українці інтегруються у міжнародний простір і задають тренди».

Аби зробити сторінку візуально різноманітною, але водночас не перенавантажувати її надлишковими деталями та яскравими елементами, титульні фотографії публікацій створюються у трьох стилях:

1. На світлину, що дозволяє чітко роздивитися обличчя діяча культури, додається короткий напис на напівпрозорому тлі, де вказано ім’я персони і коротка характеристика її діяльності.
2. На білому фоні розташовано колаж із трьох фотографій: представник креативної індустрії та два приклади його робіт. Щоб додати зображенню візуальної цікавості, створено невелику рамку із чорних ліній, під якими вказано стислу інформацію про митця.

3. При публікації відео для фото-заставки обирається найкращий кадр, що репрезентує сферу діяльності обраної людини.

Оскільки для медіа у соціальних мережах важливо привернути увагу цільової аудиторії завдяки вдалому візуалу, майже кожен текстовий матеріал доповнено невеликою кількістю смайликів, які відповідають змісту. Такий прийом допомагає зберегти фокус на інформації, адже погляд перемикається із чорно-білих літер на яскраві елементи та не втомлюється від читання.

Для відеоматеріалів обираються фотографії та ролики, які допомагають якнайкраще показати роботу конкретного представника української креативної індустрії. Візуальні елементи доповнюються невеликими текстовими вставками, які повільно з’являються на екрані з права на ліво, відповідаючи руху очей. Кожен інформаційний елемент контрастує із загальним кольором картинки та залишається на відео достатню кількість часу, завдяки чому глядач без додаткових зусиль може з ним ознайомитися.

Важливою складовою створення відео є також музика. Для роликів у проєкті Ukrainian Pulse in World Culture застосовуються динамічні композиції, окрім випадків, коли потрібен оригінальний аудіоряд, аби робота не була нудною при перегляді. Текст та візуальні елементи змінюються разом із ритмом композицій, що також полегшує сприйняття та не створює розбіжностей між звуком і картинкою.

2.5 Авторська ідея

Підґрунтям для створення Інстаграм-сторінки Ukrainian Pulse in World Culture став досвід роботи авторки у написанні новин, пов’язаних із темою культури. При аналізі інформаційного простору спостерігається тенденція, що матеріали про безпосередній вплив представників українських креативних індустрій на формування міжнародного культурного середовища та зміни у порядку денному висвітлюються лише не українських ресурсах української мовою, тоді як іноземні майже абсолютно не зачіпають цю тему.

Відповідно, творчість наших співгромадян потрапляє у своєрідну «сліпу зону», що не дає іноземцям сформувати повноцінне уявлення про нашу Батьківщину, ба більше, певним чином грає на руку росіянам. Звісно, медіа цивілізованих країн не вихваляють митців із Росії, окрім випадків, коли їхні проєкти перемагають на престижних преміях, як було із фільмом «Містер Ніхто проти Путіна» на «Оскарі 2026». Однак, коли з'являється інформація про скасування концертів російських артистів чи заборону на в'їзд у якусь державу, у заголовках висвітлюють їхні імена. Зокрема, автори текстів дають невелику довідку про кожного діяча культури, аби аудиторія розуміла, про кого йде мова, що в свою чергу може зацікавити читача та стати своєрідним гачком для ознайомлення з його доробками. Також, на жаль, в інформаційному просторі дотепер існує поняття про «культуру поза політикою» та тенденція до нормалізації думки про «хороших росіян». Підтвердженням цього є збільшення випадків участі митців із Росії у міжнародних проєктах: актори знялися в кінокартині «Анора», художників допустили до Венеційської бієнале.

Враховуючи вищезгадані аспекти сучасного інформаційного ринку, виникла ідея створити соціальне медіа, яке допоможе вивести на передній план тему про інтеграцію українців у міжнародний культурний простір. Інстаграм є найвдалішою платформою для цього задуму, адже слугує джерелом інформації для вагомої частини аудиторії. Зокрема, соціальні мережі, на відміну від традиційних медіа, не вимагають настільки структурованих та «беземоційних» текстів, що допомагає зацікавити молодих читачів.

Ukrainian Pulse in World Culture має доволі широкі перспективи розвитку і може вийти за межі виключно сторінки в Інтаграм:

- публікація коротких відео на платформі ТікТок дозволить збільшити кількість аудиторії та зробити медіа більш впізнаваним;
- Ютуб-канал забезпечить розширення жанрової палітри мадіа: інтерв'ю з українськими діячами культури англійською мовою

допоможе збільшити обізнаність аудиторії у їхній сфері, репортажі із подій, як, наприклад, Ukrainian Fashion Week, Одеського міжнародного кінофестивалю чи церемонії вручення музичної премії YUNA, розкриють іноземцям нові сторони нашого креативного середовища;

- колаборація із відомими журналами на кшталт Vogue чи Elle підвищить авторитет проєкту в очах аудиторії;
- створення власного порталу дозволить публікувати більш глибокі аналітичні матеріали, які привертатимуть увагу тієї частини аудиторії, що зацікавлена в глибоку вивченні різних аспектів культури. Зокрема, це може допомогти підвищити статус медіа;
- впровадження інтерактивів на кшталт вікторин, опитувань чи невеликих ігор в окремому додатку, що перевірятимуть обізнаність аудиторії у різних сферах креативних індустрій та присутності в них українців, вирізнятимуть соціальне медіа з поміж тисяч інших та заохочуватимуть аудиторію дізнаватися більше необхідної інформації.

Тож, Ukrainian Pulse in World Culture – це соціальне медіа про творчість українців, яке має чітку концепцію розвитку та бачення подальшого розширення. Кожен новий опублікований допис на Інстаграм-сторінці, яка активно функціонує, має все вищу статистику, а, відповідно, доносить до аудиторії бажані меседжі.

2.6 Особливості аудиторії

Цільовою аудиторією Інстаграм-проєкту Ukrainian Pulse in World Culture є молодь віком від 18 до 35 років, яка активно користується соціальними мережами як джерелом інформації та цікавиться сферою культури. Матеріали націлені на читачів із країн Європи та США, оскільки створюються англійською мовою та здебільшого зосереджені на інтеграції українців у креативні індустрії цих регіонів.

Проєкт Ukrainian Pulse in World Culture не орієнтується виключно на жінок або чоловіків. Інформаційні матеріали містять дані про діячів культури із абсолютно різних сфер, від моди до кіно, тож будь-яка людина, незалежно від гендерної ідентичності, знайде для себе цікаві дописи. Публікація даних із різнопланових аспектів культурного середовища руйнує бар'єри.

Соціальне медіа Ukrainian Pulse in World Culture також зосереджене на аудиторії, яка зацікавлена у можливості швидко провзаємодіяти із матеріалами. Оскільки інформація подається у вигляді невеликих Інстаграм-дописів, будь-який користувачі може залишити лайк, написати коментар, або ж зв'язатися із авторкою у особистих повідомленнях, аби дізнатися більше про ту чи іншу особистість, поділитися враженнями або ж висловити певні зауваження.

У майбутньому аудиторія може значно розширитися завдяки виходу на інші платформи, серед яких Ютуб та ТікТок. Ці соціальні мережі є гарними майданчиками для поширення матеріалів на тему культури, зокрема, можуть збільшити впізнаваність Ukrainian Pulse in World Culture завдяки використанню оригінальних візуальних елементів.

РОЗДІЛ ІІІ

ТЕХНІЧНІ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ

Оскільки Ukrainian Pulse in World Culture є соціальним медіа, що створене у платформі Інстаграм, візуальні складові відіграють одну з ключових ролей у його функціонуванні. Головною метою було створити привабливі для міжнародної аудиторії зображення, які будуть привертати увагу та водночас не відлякуватимуть завищеною деталізацією. Для реалізації цієї ідеї авторкою була використана техніка: ноутбук та смартфон, а також необхідні програмні забезпечення.

При створенні фотографій-заставок для кожного допису застосовувалася онлайн-програма графічного дизайну Canva. Саме за допомогою неї на світлини було додано напівпрозорі рамки, які забезпечили вищу читабельність тексту, та безпосередньо коротка інформація про діячів культури.

Колажі створювалися у додатку InFrame або за допомогою штучного інтелекту. За використання ChatGPT вдалося об’єднати три обрані фотографії про певного діяча у одне цілісне зображення, що найкраще відображає його сферу зайнятості. Редактор для світлин InFrame, який містить велику кількість шаблонів із фоторамками, дозволив створити більш графічні заставки для дописів.

Робота із відеоматеріалами відбувалася у InShot – універсальному додатку, який створено для редагування роликів. Саме у цьому застосунку проходила вся робота над Reels: обрізання необхідних відеоматеріалів, видалення оригінального звуку, де це потрібно, і накладення динамічної музики. У цьому ж застосунку я додавала текст, який з’являється на екрані, відповідно до руху очей та затримується достатньо часу, аби аудиторія змогла його сприйняти й проаналізувати.

Робота над створенням кожного допису для Ukrainian Pulse in World Culture вимагала не лише чіткого бачення візуалу, а й достатнього рівня володіння програмними забезпеченнями для фото чи відео. Кожен етап: від вибору візуальних елементів до публікації їх на сторінці, був підпорядкований особливостям контенту для соціальної мережі Інстаграм.

ВИСНОВКИ

Під час створення кваліфікаційної бакалаврської роботи було досліджено зміни в сучасному медіаринку як України, так і світу. Відповідно до результатів аналізу Інституту вивчення журналістики Reuters, наразі у багатьох країнах спостерігається спад популярності традиційних медіа як джерела інформації, тоді як роль діджитал-платформ значно зростає. Це зі свого боку показує, що соціальні мережі у наш час є найкращим майданчиком для популяризації потрібної ідеї – інтеграції представників українських креативних індустрій у міжнародний культурний простір.

Для втілення задуму було проаналізовано низку джерел – українські медіа, особисті акаунти діячів культури, офіційні сайти галерей, премій та культурних інституцій – що дозволило зібрати достатню базу актуальної інформації на обрану тему. Під час моніторингу вдалося з'ясувати, що українці безпосередньо впливають на формування тенденцій у різних креативних сферах. Мова йде не просто про поодинокі випадки, а постійну присутність діячів культури з України на глобальному ринку.

Серед найяскравіших прикладів інтеграції діячів культури з Україну в світову арену можна виділити: дизайнера Руслана Багінського, чиї унікальні головні убори носять світові зірки та продають у престижних бутиках; режисера Мстислава Чернова, фільм «20 днів у Маріуполі» якого не просто приніс Україні «Оскар», а й встановив високу планку щодо якості документального кіно; кліпмейкерку Таню Муіньо, яка знімає оригінальні відео на пісні артистів із збалансованою картинкою та спецефектами, кардинально змінюючи підхід до цього виду роботи; модель Аллу Костромічову, яка не просто підкорила світові подіуми, а свого часу навіть стала музою британського дизайнера Александра Макквіна.

Під час пошуку інформації для створеного Інстаграм-медіа вдалося також дослідити, що роботи представників українських креативних індустрій

здобувають високі оцінки критиків. Однак варто зазначити, що коментарі експерти здебільшого залишають про роботи вже впізнаваних особистостей (наприклад відгук про роль Олександра Усика в фільмі «Руйнівна машина) або ж навпаки, про досягнення представників більш академічних сфер, що користуються меншою популярністю серед широкої аудиторії (участь оперної прими Людмили Монастирської у міжнародних постановках).

Тенденція до зростання популярності робіт представників українських креативних індустрій у міжнародному просторі показує, що культура наразі стала важливим елементом «м'якої сили». За допомогою творчості митці створюють позитивний імідж нашої держави, а що найважливіше в умовах повномасштабної війни, чітко стверджують власну ідентичність у світі. Дизайнери змінюють стереотипне уявлення про українську вишивку як елемент старих національних образів, натомість роблять її акцентним частиною вишуканих колекцій одягу, який активно носять знаменитості, а музиканти без примусу спонукають весь світ співати «Щедрик», хоча і в англійськовомній версії Carol of the Bells. Документалісти зі свого боку створюють красномовні фільми, які показують світу реальне життя в Україні під час війни, викликаючи у міжнародної аудиторії співчуття та розуміння всіх подій, що впливає на рівень підтримки. Не менш важливу роль у формуванні позитивного іміджу нашої Батьківщини відіграє і співпраця українських та іноземних діячів культури. Різні види колаборацій показують конкурентоспроможність наших митців на глобальному ринку, зокрема, допомагають привернути увагу широкої аудиторії та обмінюватися набутим досвідом.

Діджитал-платформи у сучасному світі є найкращими майданчиками для завоювання глобального ринку. Алгоритмічна система соціальних мереж рекомендуватиме матеріали про творчі сфери людям, які мають високий рівень зацікавленості в цій темі. Також важливим фактором є те, що інформація на культурну тематику найкраще сприймається за допомогою конкретних

візуальних прикладів, а обрана для створенні Ukrainian Pulse in World Culture платформа Інстаграм базується на поширенні фотографій та відео. Окрему роль відіграє і доступність. Для створення дописів у соціальних мережа немає необхідності витрачати великі суми коштів, як у випадку з друком газет чи журналів, або ж створення повноцінного фільму, а враховуючи тенденцій інформаційного простору, матеріали можуть швидко стати популярними.

Аналіз контенту схожих за ідеєю Інстаграм-сторінок, серед яких The Great Women Artists, Ukraine.ua та The Pink Lemonade, допоміг розробити власну концепцію поширення матеріалів. Більшу увагу було зосереджено на створенні текстових публікацій обсягом у 3-4 абзаци, адже вони збирають найбільшу кількість реакцій завдяки зручності для сприйняття, а відеоматеріали становили меншість, хоча водночас приносили хороший результат – частіше потрапляли у тренди та слугували своєрідною рекламою.

При створенні візуального оформлення Інстаграм-сторінки Ukrainian Pulse in World Culture також було взято до уваги результати аналізу зовнішнього вигляду постів у подібних соціальних медіа. Комбінація контрастних кольорів – яскравого фото та тексту на пастельному тлі – привертає увагу глядача, водночас не створюючи візуального шуму, через який важко зосередитися на поданій інформації. Окрім того, після публікації перших кількох дописів було проаналізовано активність аудиторії та створено контент-план. Матеріали виходили 2-3 рази на тиждень, аби підтримувати стабільну статистику та підвищувати шанси рекомендацій профілю користувачам. Аналіз активності на сторінці показав, що найбільшу кількість реакцій та переглядів дописи збирали увечері (приблизно із 18:00 до 20:00), тож цей період і було обрано для поширення інформації.

Для просування Інстаграм-сторінки Ukrainian Pulse in World Culture було використано кілька методів: використання хештегів, за якими читачі, зацікавлені у культурі, найчастіше шукає бажані матеріали; публікація посилань на платформу в інших акаунтах із активною аудиторією.

Серед основних труднощів, які виникли під час створення Інстаграм-сторінки Ukrainian Pulse in World Culture, стали:

- недостатня кількість інформації про творчий шлях діячів культури, чиї імена наразі не є широко відомими;
- деякі відеоматеріали, що найкраще демонструють роботу представника культурної сфери, доводилося видаляти із дописів через особливість авторських прав;
- залежність успішності поширення матеріалів алгоритмами від порядку денного.

Аби уникнути цих проблем, варто насичувати інформаційний простір інформацією про українських діячів культури, а також розширювати діяльність медіапроєкту Ukrainian Pulse in World Culture на інші платформи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Українські медіа: споживання новин і довіра у 2025 році. *Інтерньюз-Україна*. URL: https://internews.ua/opportunity/media_trust_consumption_2025_release (дата звернення: 21.03. 2026)

2. David Elliott. This is how people in 2025 are getting their news. *The World Economic Forum*. URL: https://www.weforum.org/stories/2025/07/news-consumption-social-video/ (дата звернення: 20.03.2026)

3. Hasan Azizur Rahman, Ebrahim Aoni. Framing Peace in Media Narratives and the Potential of Journalism in the Russia-Ukraine Conflict. *Khulna University Studies*. URL: (PDF) Framing Peace in Media Narratives and the Potential of Journalism in the Russia-Ukraine Conflict (дата звернення: 19.03.2026)

4. High-Quality Media Coverage of Ukraine War. *UZH Weekly*. URL: https://www.news.uzh.ch/en/articles/media/2022/Media-Coverage-Ukraine.html (дата звернення: 19.03. 2026)

5. Nic Newman. Overview and key findings of the 2025 Digital News Report. *Reuters Institute for the Study of Journalism*. URL: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2025/dnr-executive-summary (дата звернення: 20.03.2026)

6. The Great Women Artists: About. *The Great Women Artists*. URL: https://katyhessel.substack.com/about (23.03. 2026)

7. The Pink Lemonade Store: About. *The Pink Lemonade*. URL: https://www.thepinklemonade.store/pages/about (24.03. 2026)

ДОКУМЕНТАЦІЯ

Тексти публікацій Інстаграм-сторінки Ukrainian Pulse in World Culture

1. Karyna Khymchuk is a 26-year-old Ukrainian actress who quickly made a name for herself in the global film industry. After playing the leading role in the Ukrainian-Swedish drama «Do You Love Me?», she won the hearts of the audience and received the prestigious «Golden Dzyga» award. After moving to the United Kingdom, she continued to actively pursue her career on the international stage.

In May 2025, at the Cannes Film Festival took place the world premiere of the film «Urchin» — the directorial debut of British cinematographer Harris Dickinson. In the project, Karyna Khymchuk transformed into the sharp-tongued friend of the main character Mike — Ramona. The project was highly praised by experts and received the FIPRESCI Prize.

Already in 2026, Khymchuk also conquered the global advertising industry. She appeared in a promotional video titled «The Feest» for the Super Bowl alongside world star George Clooney.

«George is incredibly friendly, cheerful, and very warm. He walked onto the set and immediately started greeting everyone and joking around. Although, to be honest, he wasn’t on set much. We worked for two days, most of the scenes were without him. He literally came for two hours: we quickly shot the episodes with him — and he left,» the Ukrainian actress shared her impressions about her star colleague.

2. Ukrainian actors are making their mark not only in the international film industry, but also in advertising. Roland Mishko became the main star of a video by Matthijs van Heijningen for the three hundredth anniversary of the Dutch National Lottery.

In the advertising video, the Ukrainian transformed into six images of a young man from different periods — from 1726 to 2026, and during this time seemed to

live through all the key moments in the country's history. The work was filmed over five days, and to achieve the best result, the team traveled to three cities in the Netherlands.

«For the casting, I had to fly to London. I joked that this could potentially be the most expensive «we will call you back» in my life. The level was already felt at the fitting stage — three days and about 150 costumes. And on the set, I fully felt the Hollywood scale. For example, a 10-second scene with football fans on the roof of a house on a canal was filmed for 12 hours», Roland Mishko shared his impressions of the work.

By the way, such a laborious approach of Matthijs van Heijningen to creating advertising is not surprising. The director, who, by the way, is the winner of the Grand Prix at the Cannes Lions International Festival of Creativity 2012, is known for shooting commercials in the form of short films.

3. The name of the singer Jerry Heil has long been known outside her native Ukraine. In 2024, the artist, together with her colleague Alyona Alyona, took third place in the Eurovision Song Contest with the song Teresa & Maria, which was added to the playlists of many foreigners. By the way, the spectacular competition performance won the Best Artistic Vision category at the Eurovision Awards 2024.

However, even before the triumph on Europe's main stage, Jerry Heil had already made a strong statement in the international cultural space. In 2023, the singer became a laureate of the prestigious Music Moves Europe Awards. The performer won the Public Choice Award.

Among Jerry Heil's other creative achievements is collaboration with global stars. In 2025, the Ukrainian artist recorded a duet composition Sing Like A Siren with the Dutch band Within Temptation. That same year was released the song HORA, which Jerry Heil recorded with Moldovan singer Irina Rimes.

4. Maryana Mazur is a soloist of the Lviv National Opera, who has achieved spectacular success on the global stage. In 2025, she triumphed at the International Competition for Young Opera Singers named after Riccardo Zandonai, winning two prizes at once: the Riccardo Zandonai and the MusicaRiva. The second is a special

award, that confirms Maryana Mazur's world-class level and opens up even more opportunities for her to perform on Italian stages.

Critics have praised Maryana Mazur's vocal abilities, her natural presence on stage, and her ability to convey even the subtlest emotions of a musical piece.

It is worth noting that the victory at the Italian competition is far from Maryana Mazur's only achievement. Thanks to her talent, the artist has become a laureate of numerous prestigious awards:

- second prize at the International Internet Music Competition (Serbia);
- first prize at the international competition «Peace, Art and Sea» (Bulgaria);
- Grand Prix and the Audience Choice Diploma at the 5th International Opera Singers Competition named after S. Krushelnytska (Ukraine).

5. Ukrainian Svitlana Gass has become a sensation in the global fashion industry. The 66-year-old model confidently breaks the stereotype that age can stand in the way of achieving success, and conquers international runways.

In 2017, Svitlana Gass became the winner of the prestigious international beauty contest Mrs Grandma Globe in Bulgaria. The women impressed the professional jury with her athletic figure and excellent appearance, so no one could believe that she was 58 years old. After the triumph at this contest, the model took part in Ms. Transcontinental Classic in the USA and once again took first place.

High achievements brought Svitlana Gass recognition among a global audience. Her name began to appear in international media, and many journalists were curious about how she stays in such great shape. Gass openly admitted that she does not have extraordinary beauty secrets, she simply follows two main rules: an active lifestyle and simple, yet proper nutrition.

6. Ukrainian designer Ruslan Baginskiy has shown the world that headwear can be more than just an accessory - it can be a real work of art. He creates unique caps, scarves, and hats that capture the attention of global celebrities.

Baginskiy's fashionable creations are featured in the wardrobes of Madonna, Ashley Park, Bella Hadid, Kaia Gerber, and Sharon Stone. Celebrities not only wear his pieces on the red carpet or in daily life, but also showcase them on screen. In the

fourth season of Emily in Paris, Ashley Park and Emily Cooper wore several different hats by the Ukrainian designer. Rihanna even posed for an advertising campaign for her cosmetics brand wearing a dark brown Baginski scarf.

We can see that Ruslan Baginsky has started a real trend in the global fashion industry. His works leave an unforgettable impression on everyone who sees them, as they combine classic forms, modern motifs, and meaningful symbolism. Thanks to his unconventional approach to creating headwear, the designer was even able to open a pop-up boutique in the shop-in-shop format in the famous Parisian department store Galeries Lafayette.

7. Ukrainian model Victoria Parmakova has secured an important place in the global fashion industry. She has undergone an impressive transformation - from a girl from the village of Kamianka in the Izmail district of the Odessa region, who was afraid to accept offers from agencies, to a star of world-famous brand's fashion shows.

At the age of 12, Viktoria Parmakova began receiving invitations from model scouts, but she put her studies first and declined them all. Eventually, she decided to take a bold step and signed a contract with the Ukrainian agency U.mgmt. Within a month, the international company IMG Models took notice of her.

In the fall of 2024, Victoria Parmakova made her debut at Fashion Weeks in Milan and Paris. She walked the catwalks for Dior, Prada, Chloé, Loewe, and Sportmax. During the Spring/Summer 2026 season, the Ukrainian model became a standout at shows for for Valentino, Dolce&Gabbana, and Maison Margiela. Notably, the Maison Margiela show became the most memorable of her career, as she opened the runway.

8. Ukrainian director, photographer, and Associated Press correspondent Mstyslav Chernov has become a legend of world documentary cinema. His project «20 Days in Mariupol» brought Ukraine its first Oscar in history and, most importantly, showed the world the real consequences of the full-scale war unleashed by Russia. Chernov has a unique ability to capture historical moments on camera at

exactly the right time, conveying the essence of events without unnecessary words or special effects.

His professional approach to directing has earned him worldwide recognition. In addition to the aforementioned Oscar win in 2024 in the Best Feature Documentary category, Mstyslav Chernov has received a number of other honors:

In 2023, the correspondent was awarded the Pulitzer Prize in the category “For Service to Society”. Chernov and his colleagues from the Associated Press received this prestigious award for their courageous coverage of the enemy’s siege of Mariupol.

The film “20 Days in Mariupol” was also highly acclaimed at the 2024 BAFTA Film Awards, where it won the award for Best Documentary.

In addition, the director has been a laureate at major international documentary festivals, including Sundance, CPH:DOX, and Sheffield Doc/Fest.

9. In 2025, the leading contemporary art fair Art Paris and Marie Claire magazine launched the Her Art Prize, an international award that honoring courageous female artists. The first recipient of this prestigious prize was Ukrainian artist Zhanna Kadyrova. The artist won with her project «Refugees», in which she recreated the interiors of buildings damaged by the bloody war Russia launched against Ukraine. Her works have a deep meaning and vividly demonstrate how war has transformed nature, cities, and frontline territories.

It is worth noting that in 2017-2020, Zhanna Kadyrova gained significant prominence in the global cultural space while working on well-known art project «Market». The artist created sculptures of food products from building materials, and a series of these works was presented at the 58th Venice Biennale. In 2022, after the start of the full-scale invasion, the Ukrainian artist presented the «Palianytsia» project at the same exhibition, in which she made sculptures in the form of traditional Ukrainian bread from river stones.

In general, Zhanna Kadyrova explores themes of identity, memory, urban environment, and social change in her work. She reinterprets space and Soviet aesthetics, transforming unremarkable tiles, cement, and glass into powerful works

of art. Her works have been exhibited in France, Poland, the USA, Italy and have made a notable impact on the international art scene.

10. Ukrainian singer Natalia Stepanska won the 10th season of the popular show Got Talent España. On the grand stage, she performed Queen's legendary track «We Are the Champions» in a truly unusual way — as an operatic piece. Her execution won the hearts of the audience and the professional jury.

By the end of the performance, the entire hall rose to its feet in a standing ovation. Judge Risto Mekhidi even could not hold back his praise. «Why did you stop applauding& This is the first time I've seen lyrical singing win Got Talent España, and I'm happy. What a wonderful performance, thank you», said the jury member. «I will tell you one thing. First of all, congratulations, but watch what you say, because it is very important... There are no impossible dreams. You can always make them come true.»

It is worth noting that with her triumph on the international stage, Natalia Stepanska's triumph on the international stage not only demonstrated the talent of the Ukrainian people, but also drew the world's attention to her native country. After the her performance, a video message from her parents appeared on the screen, ending with the words, «Glory to Ukraine!» Natalia responded, «Glory to the heroes!» — a phrase that has become a powerful symbol of the Ukrainian people's struggle for freedom and independence.

11. Ukrainian Mishel Shotropa conquered one of the most prestigious international beauty contests, Miss Eco International 2026. She impressed the professional jury with her appearance and symbolic costumes, taking the honorable second place and receiving the title of first «Vice Miss».

As part of the national costume performance, Mishel Shotropa presented an outfit called Mriya Can Not Be Destroyed. The attire was dedicated to the legendary plane An-225 Mriya, which Russian troops destroyed in 2022 during the attack on Hostomel. The image of Ukraine's representative carried a powerful message — they can attack, but it is impossible to destroy a dream (Mriya).

Mishel Shotropa’s eco-dress called Second Life was no less impressive. The Ukrainian’s look was created from 22,000 beads made of recycled paper and newspapers, and its purpose was to show that things do not lose their value after first use. The «Second Life» dress made it into the top 5 best eco-costumes of Miss Eco International 2026.

About Mishel Shotropa: the Ukrainian holds a master’s degree in marketing and management from the Faculty of International Relations. At one time, she worked in the fashion industry and also participated in Fashion Weeks in Paris and Milan. Shotropa is the founder of a PR agency and is actively involved in charity work.

12. On May 16, the grand final of Eurovision 2026 took place in the capital of Austria — Vienna. Ukraine was worthily represented on the international stage by performer LELÉKA, who entered the contest’s top 10, taking 9th place. The international jury awarded the artist 54 points, while viewers gave her 176 votes.

LELÉKA performed the profound composition «Ridnym» on Europe’s main stage, which is a manifesto of love for those, who are far away, inner strength, and faith in one’s roots. Through the contest song, the artist showed the world the unique culture of Ukraine, and the bandura played an important role in this. The performance featured a so-called fragmented bandura, which symbolized Ukrainians scattered around the world because of the war. Throughout the performance, these elements came together, symbolizing the future unity of Ukraine after victory.

«Bandura is a very symbolic instrument for Ukrainian culture. Its sound carries our history, our songs, and our memory. I call it the «Ukrainian harp», but for us it has an even deeper meaning — it is a sound that instantly brings you back home», said LELÉKA.

13. The band DakhaBrakha is a unique example of of Ukrainian artists integrating into the international cultural space. The musicians have long since moved beyond the Ukrainian scene, therefore they have a wide global audience and perform on international stages, while at the same time not losing their identity and popularizing Ukrainian folklore.

In 2016, DakhaBrakha became the first Ukrainian group to perform at one of the world's most famous music event, Glastonbury Festival. Later, the artists became stars of festivals such as Bonnaroo Music and Arts Festival, Sziget Festival, SXSW, Newport Folk Festival, and others. In particular, the band has completed more than one successful world tour.

In addition, DakhaBrakha's work also found its place in the international film industry. A track by the Ukrainian band was featured in one of the episodes of the TV series Fargo, the movie Bitter Harvest, and David Beckham also used the song «Sho Z-Pid Duba» as the soundtrack for an advertisement for his brand, House 99.

14. Ukrainian singer Arina Domski has become one of the key figures of classical crossover, demonstrating through her own example that academical music can easily integrate into the modern cultural space. A bright proof of this was her victory at the prestigious international competition European International Music Awards.

For the album Vivat Vita, the performer received a gold award in the Best Crossover Classical EP category. In this music work, Arina Domski brought together her own interpretations of creations by world-renowned composers: Antonio Vivaldi, Alfredo Catalani, Jacques Offenbach, Franz Schubert, and George Frideric Handel. The singer modernized classical music through new arrangements and a unique balance between tradition and her own reinterpretation.

«This recognition is deeply meaningful to me. The album was created in Kyiv during a difficult time, between air raid sirens — when music became a source of strength and light. Vivat Vita is more than a recording. It is a story about life, resilience, and beauty that remain even when the world is changing. For me, this award is a confirmation that classical music can sound anew, reach hearts, and resonate globally», Arina Domski commented on her victory.

15. Designer Anna October is a bright example of how Ukrainians are conquering the global fashion industry. She was born in Zaporizhzhia and step by step moved towards her goal, so already at the age of 19 can creat her first clothing collection, and later began to actively develop her own brand. The first significant

achievement of the Ukrainian was being shortlisted for the most prestigious young designers award, the LVMH Prize, in 2014. And already in 2022 she was included in the list of influential people in the fashion industry - the BoF 500.

A unique feature of clothing by Anna October is elegance, femininity, and attention to detail. The designer uses in her collections illiquid textile, and most of the products from her brand are being sewn by hand. This helps to rethink various craft techniques.

The deep meanings of the brand and the striking appearance of the products resonate with many world stars, so they choose clothing by Anna October for appearances on the red carpets. Looks of Ukrainian production are in the wardrobes of Hailey Bieber, Serena Williams, Charlie XCX, Alison Brie, Raye, Kate Hudson, and many others.

16. Jamala is a Ukrainian singer whose name has repeatedly appeared on the international cultural stage. In 2016, she won the Eurovision Song Contest with her powerful song “1944,” which focuses on the deportation of the Crimean Tatars, and has since reached numerous career milestones.

In 2022, Jamala received the Award for Distinguished Artistic Leadership, which honors outstanding cultural figures for their contributions to the development of the arts. A year later, she became the first Ukrainian ambassador for Spotify’s Equal Global program, which promotes gender inequality in the music industry.

An equally significant achievement in Jamala’s creative career is her membership in the Recording Academy. This allows the Ukrainian singer to vote in all categories of the American Grammy Awards.

Among the artist’s other creative accomplishments are performances at world-renowned venues. In 2022, she appeared at Resorts World Arena alongside global stars as Ed Sheeran, Camila Cabello, Emeli Sandé, Tom Odell, and others to perform a charity concert in support of Ukraine. Jamala has also collaborated with the Qatar Philharmonic Orchestra.

17. Thanks to her unique dramatic soprano, Ukrainian singer Liudmyla Monastyrska has achieved the fame of one of the most outstanding soloists in the

world of opera. Her impressive voice has sounded on the most prestigious international stages, such as the Metropolitan Opera, La Scala, and the Royal Opera House. Her mastery also has been highly appreciated by many prestigious awards and positive reviews from critics.

Liudmyla Monastyrska began her singing career with performances at the opera studio of the Kyiv Conservatory. Step by step, she gained a strong reputation and made a name on the international stage. In 2010, Monastyrska performed the leading role in the opera «Tosca» by Giacomo Puccini at the Deutsche Oper in Berlin. Later, she appeared in the role of Lady Macbeth in the opera "Macbeth" at the Royal Opera House Covent Garden in London. In November 2012, the Ukrainian singer performed on the stage of the Metropolitan Opera, where she not only won the hearts of a wide audience but also received high praise from critics.

«Ms. Monastyrska, a native of Kiev, Ukraine, and an established star at that city's opera house, comes to the Met a fully mature artist. She is gifted with a luscious round soprano that maintains its glow even in the softest notes. Her «O patria mia» was beautifully drawn and colored with darker inflections that added dramatic intensity», wrote The New York Times critic Corinna da Fonseca-Wollheim about Monastyrska.

The achievements of Liudmyla Monastyrska have also been marked by prestigious awards and honorary titles. In 2015, she was nominated for the International Opera Awards, and in the same year she received the Order of the Star of Italy for her significant contribut.

18. Sasha Samsonova is one of the most recognized Ukrainian fashion photographers and music video directors on the international cultural scene. She creates covers for the most popular glossy magazines and worked with global celebrities, such as the Kardashian family.

Sasha Samsonova was born in the Ukrainian city of Uzhhorod and later moved with her family to Kyiv. At just 17, she shot her first cover for the Ukrainian edition of Harper's Bazaar. Soon after, Samsonova did a behind-the-scenes photo shoot for the music video for John Legend's «All of Me».

In 2014, the Ukrainian relocated to Los Angeles, marking a new stage in her career. She photographed a special series for Kylie Jenner in honor of her 18th birthday and later collaborated with Kim Kardashian, Kendall Jenner, and Nicole Scherzinger. Just a year later, the Ukrainian photographer received the Mercedes-Benz Fashion Prize as the best photographer of the season. In 2016, Sasha Samsonova expanded the boundaries of her creativity and shot a music video for American singer Teyana Taylor for the song «Champions (Freestyle)».

Through her work, Samsonova also tells the world about the war in her homeland. She presented a series of artistic photographs in which blood flows from flowers, seemingly symbolizing the pain caused by the horrific events.

19. On March 15, Los Angeles hosted the 2026 Oscar Awards, the most prestigious ceremony in the film industry. International stars walked the red carpet at the Dolby Theatre in striking outfits, including designs by Ukrainian fashion creators.

Actress Shaina McGill appeared at the gala event in a look from the brand Lever Couture, founded by Odessa-born designer Lessja Verlingieri. The star chose a sculptural black dress from the «Anatomy of Identity» collection. The corset elegantly highlighted the actress's figure, while the voluminous elements on the shoulders and the thigh-high slit in the skirt added a special touch of chic to her look. In the stunning Lever Couture gown, Sheena McGill shone confidently on the stage of the 2026 Oscars, as the project she starred in - «One Battle After Another» - received the highest honor, Best Picture of the Year.

It is worth noting that Lesya Verlingieri achieved her first success in the fashion industry after presenting clothing made from scarves at an exhibition for young artists. Soon after, the Ukrainian designer was invited to participate in a fashion show in Berlin, and from that moment on, she began to actively develop her career. Lessja Verlingieri founded her own brand, Lever Couture, and has been collaborating with singer Lady Gaga for over 13 years.

Clothing by a Ukrainian designer is often chosen by global stars for red carpet appearances. For example, at the 2026 Golden Globe Awards, actress Skye P.

Marshall chose an outfit by Lever Couture, in 2025, Thai rapper Lisa wore a Ukrainian-made dress for the Emmy Awards, and in 2024, artist Lia Lewis dazzled in a Verlingieri outfit at the Oscars.

20. The world-renowned French fashion house Louis Vuitton has featured paintings by Ukrainian artist Nazar Strelyaev-Nazarko in its new clothing line. During a fashion show in Paris, the brand's creative director Nicolas Ghesquière unveiled the Fall-Winter 2026–2027 collection, whose distinctive element was the use of fragments from the artist's work Paramnesia.

However, it is worth noting that Nazar Strelyaev-Nazarko's paintings were slightly modified for the creation of the sweaters and skirts. In the original works, the artist depicted lambs wearing rustic boots. In the Louis Vuitton designs, the animals appear in the brand's signature footwear adorned with the LV logo.

«My warmest thanks to Nicolas Ghesquière and Florent Buonomano for your trust and generosity, and for inviting me into the process behind such a beautiful collection. It was a real pleasure to see my work through your vision and from such a new perspective. There was also something very special about seeing my paintings within the walls of the Louvre… becoming part of the garments themselves. This has been a truly memorable and meaningful experience for me,» the artist said about his collaboration with the brand.

21. Yevhen Khmara is a Ukrainian composer and virtuoso pianist who has won the hearts of audiences around the world with his original music in the styles of neoclassical, rock, and dubstep. Blending classical piano with modern rhythms he creates a unique and dynamic sound, that has earned him numerous prestigious awards.

Yevgen Khmara performs across Europe, China, the United States, and the Middle East, and his music has been heard at the most prestigious venues. The pianist has represented Ukraine at the White House, Missisauga Living Art Center, Yamaha World Conference, Buckingham Palace, and at various diplomatic receptions.

Yevgen Khmara's work has been recognized with several titles and awards, the most notable of which are the Hollywood Improvisers Award and Yamaha Local Artist. Beyond awards, Khmara has won the hearts of listeners worldwide, with his concert videos on YouTube amassing over 100 million views.

22. Yulia Ratner is a Ukrainian model who has built a successful career on the world's catwalks and recently made her debut in the film industry. She appeared in the French-American drama Couture directed by Alice Winocour, in which Hollywood star Angelina Jolie played the lead role.

Ratner was born in Zaporizhzhia. She began her modeling career in Ukraine, but very quickly rose to international prominence. Her striking appearance, charisma, and unique facial features have attracted the attention of major agencies and brands, and she has graced the catwalks of Paris and Milan on numerous occasions. In addition, Yulia Ratner has collaborated with renowned fashion houses Chanel, Vivienne Westwood, Ermanno Scervino, and Zuhair Murad, and has been featured in glossy magazines and advertising campaigns.

A new milestone in the Ukrainian's career came with her participation in the film Couture. Yulia Ratner essentially played herself in the film — a model who was forced to leave her hometown because of the war. Interestingly, Ratner's participation in the project not only attracted the interest of an even larger audience, but also reminded the world of the war in Ukraine, started by the Russian Federation. She established good communication with Alice Vykokur, so she was able to make minor changes to the script, and in one scene she spoke Ukrainian. Yulia Ratner's character appealed to her boyfriend, who had remained in Ukraine, to respond to the air raid siren and take shelter.

23. Julie Paskal is a Ukrainian designer who has gained international recognition for her unique sense of style. Her collections stand out for their minimalism, unconventional silhouettes, and the signature use of laser-perforated fabrics.

The Ukrainian designer founded her own brand, PASKAL, in 2013 and quickly entered the international market. In 2016, Julie's collection was presented

for the first time at the concept store Colette Paris, and in the same year the brand debuted at Paris Fashion Week. This marked an important turning point in the history of PASKAL. The Ukrainian designer's clothes have been regularly showcased at major fashion weeks in Paris and London. PASKAL pieces also began to be sold in the best stores around the world, such as Luisa Via Roma, Dover Street Market in Ginza, Nordstrom, Browns, Neiman Marcus, and Net-a-porter China.

Notably, Julie Pascal's designs have also appeared in the wardrobes of global celebrities. Stars such as Björk, Rita Ora, Katy Perry, Megan Fox, Paris Hilton, Monica Bellucci, Paloma Faith, and Kerry Washington have repeatedly chosen clothes from the Ukrainian designer for public events and photo shoots.

24. Valentyn Vasyanovych is one of the most influential Ukrainian directors, whose work has earned significant international recognition. He has developed a unique authorial style, marked by static long takes, restrained dialogue, visual minimalism, and the use of non-professional actor.

In 2019, Vasyanovich's film «Atlantis» was released. It tells the story of Ukraine's future victory in a bloody war with Russia. The main characters of the film are volunteers, Ukrainian Armed Forces soldiers, forensic experts, and veterans, which makes it look as realistic as possible. «Atlantis» won the top prize in the «Horizons» section at the one of the world's most prestigious film festivals, the Venice Film Festival. The film was also selected as Ukraine's official submission for the Academy Award for Best International Feature Film.

In 2025, Vasyanovich once again drew international attention with his documentary drama «For Victory!». The project, which shows how war affects families and friendships, won the main prize in the Platform competition program at the 50th Toronto International Film Festival (TIFF).

25. Anton Belinsky is a Ukrainian fashion designer creations have made their mark on the world's catwalks. Since 2009, he has been actively developing his eponymous brand, creating avant-garde yet comfortable clothing that highlights the individuality of each wearer.

Anton Belinsky took his first steps in the global fashion industry in 2014, when his spring-summer collection was previewed at London Fashion Week. In 2015, he was shortlisted for the prestigious LVMH Prize, one of the most important awards for emerging designers. Two years later, he made his debut at Paris Fashion Week alongside world-renowned brands such as Chanel, Christian Dior, and Louis Vuitton. In his work, Anton Belinskiy occasionally draws on traditional Ukrainian motifs, breaking down stereotypes about “sharovarshchyna” and celebrating the sophistication and creativity of Ukrainian fashion.

Anton Belinskiy’s clothing is available in international multi-brand stores such as SSENSE, DSM NY, and H.Lorenzo, underlining the brand’s recognition and appeal beyond Ukraine.

26. Nikita Kadan is one of the most prominent contemporary Ukrainian artists who has achieved wide recognition on the international stage. In his work, he combines painting, graphics, sculpture, and installations, often exploring the complex theme of historical memory. Kadan is not afraid to work with socially critical and political art, which continues to resonate strongly with global audiences.

In 2025, the Ukrainian artist was included in one of the art world’s most influential rankings — the Power 100 list by the British magazine ArtReview. Every year, it honors artists, curators, gallery owners, and thinkers who shape the contemporary cultural landscape.

Nikita Kadan has represented Ukraine at a number of prestigious exhibitions, including the Venice Biennale, the Istanbul Biennial, the Busan Biennale of Contemporary Art, and the Montevideo Biennial. His works are held in the collections of the Pinakothek der Moderne, the Museum of Contemporary Art in Antwerp, the MUMOK Museum of Modern Art in Vienna, the Kontakt Collection, and The Art Collection Telekom.

A striking example of Kadan’s style is an installation created from a fragment of a DTEK thermal power plant that was damaged during Russian attacks. He transformed this fragment into a work of art resembling a flag, combining a pedestal

from Ukraine's «granite capital» Korostyshev and a metal "canvas" from Dnipropetrovsk region.

27. Ukrainian actors are increasingly landing leading roles in the global film industry, and 24-year-old Vladyslav Baliuk is a striking example of this. He played one of the leading roles in the film «Animol», the feature directorial debut of British artist Ashley Walters.

The film is based on the director's own teenage experiences and tells the story of a young man named Troy who ends up in a juvenile detention center. Together with his cellmate Christian — played by Baliuk — must confront constant danger, harsh trials, and daily power struggles. To survive in this unforgiving environment, Troy becomes entangled in the institution's brutal hierarchy, gradually transforming from the person he once was into someone he may not want to become.

The premiere of the film «Animol» took place at the 76th Berlin Film Festival in the Perspectives section. The work was warmly received by critics and was even nominated for the award for Best Debut Feature.

Speaking about his expectations for the future of the «Animol», Vladyslav Baliuk said: «I hope people will like the film. I think everyone will have their own opinion about the film and what we wanted to say. Different people can watch the same film and have different opinions».

28. The striking music videos for Harry Styles' «As It Was», Cardi B's «Up», Lil Nas X's «Montero (Call Me By Your Name)» and Jung Kook's «Standing Next to You» are familiar to every fan of trendy music. All these videos share one thing in common: they were created by Ukrainian director Tanu Muiño.

The clipmaker made a mark on the global market thanks to her unique approach to work. In her videos, she combines a strong visual storytelling, an emphasis on movement, fashion aesthetics, and art elements. Her distinctive style has drawn the attention of top international stars, making her videos instantly recognizable.

Tanu Muiño's work has been recognized with prestigious awards. In 2025, she won the Hollywood Music Video Awards in the «Director of the Year» category

for her 90s-inspired horror video for Lady Gaga's song Disease. The same work by Tanu Muiño won at the 2025 MTV VMA Awards in Japan.

Reflecting on the project, Muiño said, «Working on this video was a pivotal moment in my career. I wanted to translate the singer's complex emotions and inner experiences into visual images, creating something that resonates with audiences on both an emotional and artistic level».

29. Ukrainian blogger Max Klymenko won the British TikTok Awards, which recognizes the most popular and influential users of the platform. He received the main award at the event, «Creator of the Year», thanks to his series of viral videos, «Career Ladder».

The concept of Klymenko's videos is that he invites random passersby to stand with him on a golden ladder and tries to guess their profession during a short conversation. If the blogger fails, the strangers' field of activity remains a mystery, or they reveal the secret themselves. The Ukrainian's original format combines elements of social experimentation and humor, which attracts the attention of a large audience.

In addition, as part of his TikTok project, Max Klymenko also communicates with world politicians and public figures. In this way, he manages to promote Ukraine's interests.

A little bit about the blogger's biography - Max Klymenko was born and raised in Mykolaiv. At the age of 14, he moved to the United Kingdom, where he began to develop his career. Currently, is TikTok account has over 9.4 million followers, and his videos are gaining a crazy number of views. By the way, in 2024, Max Klymenko was also included in Forbes' «30 Under 30» list in the «Media and Marketing» category.

30. Vogue is one of the most popular and influential fashion magazines in the world, which has long been recognized as a trendsetter. Its glossy pages feature content on fashion, beauty, culture, and lifestyle, and appearing in the magazine is considered a significant achievement. Ukrainian model Anastasia Koval had the chance to grace the cover of Portuguese Vogue.

Her photo appeared on the front page of the issue titled The Art of Living. The edition focused on finding harmony “between what we experience and what we feel.” Anastasia Koval posed in front of the camera in a light top, bright heels, and sunglasses, and the accent of the photo was a bright lamp that highlighted the model’s face.

The Ukrainian model has firmly established herself in the global fashion industry. She has collaborated with world-renowned brands such as Chanel, Dolce & Gabbana, Margiela, Louis Vuitton, Dior, Schiaparelli, and Giorgio Armani, and has appeared in publications including Elle, Harper’s Bazaar, Grazia, and Marie Claire. Interestingly, in addition to modeling, Anastasia Koval is also interested in photography and is the Ukrainian boxing champion.

31. At first glance, the cult films «Harry Potter», «Deadpool», «Home Alone», «John Wick, and «Fast & Furious» seem to have absolutely nothing in common, but Ukrainian director Andriy Daniels proved otherwise. Using artificial intelligence, he brought together the main characters from these films in a festive video called «Harry Potter and the Christmas Trap», which has won over international audiences.

The plot of the «film» is based on humor, unexpected twists, and visual references to the most iconic moments of each franchise. Beloved characters from different cinematic universes find themselves in the same space, giving viewers an unforgettable experience.

Andriy Daniels‘ work has been viewed more than 17 million times on various platforms, and his creativity has even attracted the attention of the leading American media outlet Variety. The Ukrainian director gave an interview to the publication, noting that he spent about 40 hours creating the video, sometimes working from a bomb shelter while hiding from Russian air strikes.

«I live in Ukraine, and filmmaking has become a vital refuge for me. In a reality where we face constant rocket attacks, the hum of drones, and power outages that last 12-18 hours a day, immersing myself in this digital world is my way of escaping the horrors of war. It’s part of our collective resilience here in Ukraine», - the director emphasized.

32. Performer and sound producer M1SHKA is a striking example of how young Ukrainians are influencing the international music industry. His work attracts the attention of global stars and has even contributed to their winning prestigious awards.

In 2021, M1SHKA joined the creative team of Spanish singer Rosalía, on the finalization of her album «MOTOMAMI». The Ukrainian artist wrote 20 demo tracks for the celebrity, two of which — Candy and Como Un G — were included in the final project. In 2023, the album won a Grammy Award in the «Best Latin Rock or Alternative Album» category.

M1SHKA also made a mark on the international stage in 2026. He was involved in the creation of rapper Bad Bunny's album «Debi Tirar Mas Fotos», which triumphed at the 2026 Grammy Awards. The artist won the top prize in the «Album of the Year» category. Notably, this was the first Spanish-language album to receive this award.

33. In early 2026, the streaming service Spotify chose Ukrainian singer Khrystyna Soloviy as the new ambassador for its EQUAL program. This project aims to support women in the music industry and promote their work on the global market.

To mark Khrystyna Soloviy's participation in the global initiative, a billboard featuring her image was placed in New York's central square, Times Square. The poster carried an important slogan that reflects the essence of the program: «Women at full volume».

As Khrystyna Soloviy herself noted, becoming an ambassador for Spotify EQUAL allowed her to demonstrate through her own example, that people can achieve their goals regardless of where they begin their creative journey. The singer took her first steps in the music industry while living in the small town of Drohobych in the Lviv region, and even then she set herself an important goal — to tell the whole world about Ukrainian culture. Thanks to her constant dedication, she managed to make this dream come true.

34. Every year, the organizers of the Music Moves Europe Award recognize young and promising artists who have won over audiences outside their home countries with their creativity. In 2026, Ukrainian performer Carpetman received the prestigious award. Fifteen artists were nominated for the award, but only six became winners — and the Ukrainian artist was among them.

As a recipient of the MME Award, Carpetman received a €10,000 prize. The organizers provide these funds to help artists continue developing their careers.

A bit more information about the Ukrainian singer: Carpetman was a long-time member of the Kalush Orchestra, which, notably, won Eurovision 2022. In 2023, the performer decided to launch a solo career and quickly achieved success not only in Ukraine but also on the international stage. Carpetman already has over 2 million listeners on Spotify, and his most famous track, «Feel So Cold», has been streamed more than 25 million times on the platform.

35. Ukrainian fashion designer Vita Kin has confidently shattered the stereotype that the traditional element of Ukrainian clothing, the vyshyvanka, can only be worn as part of themed outfits and cannot be integrated into modern fashion trends. She creates stylish embroidered shirts and complete outfits that have already become part of global fashion and, moreover, have found their way into the wardrobes of stars such as Demi Moore, Melanie Thierry, Kate Moss, Catherine Zeta-Jones, and others.

Vita Kin’s collections have been sold in popular concept stores and boutiques across the United States, Europe, and Asia, and her original approach to fashion design has attracted the attention of the Italian fashion house Gucci. The designer created a capsule collection for the popular brand, which included dresses with national ornaments, patterns, and embroidery.

In addition, models wearing Vita Kin’s designs appeared in the pages of popular glossy magazines such as Vogue, Harper’s Bazaar, Elle, and The New York Times, making Ukrainian desirable and recognizable to an international audience.

36. «Barbie» and «The Hunger Games: The Ballad of Songbirds and Snakes» are cult films that have attracted thousands of viewers from around the world to the

big screen. These productions starred popular Hollywood stars such as Rachel Zegler, Hunter Schafer, Margot Robbie, Ryan Gosling, and among the cast was also a young Ukrainian woman with Down syndrome, Sofia Sanchez.

The actress has faced many obstacles in her life. Sofia Sanchez was born in Ukraine, but when her biological mom and dad learned of her diagnosis, they left her in an orphanage. Fortunately, she was not deprived of parental love. Sofia Sanchez was adopted by a couple from the United States, who gave her a bright future.

In addition to acting, the young star takes part in fashion shows for brands that promote diversity and body positivity. Sofia Sanchez has appeared on the covers of fashion magazines on numerous occasions and has also illustrated books about children with Down syndrome. Notably, although Sanchez has built her career in the United States, she confidently calls herself a «Ukrainian actress».

37. Beauty is a rather subjective concept, but this does not prevent various global platforms from conducting surveys and compiling rankings of the countries where the most attractive women live. Ukraine always ranks among the top 10 countries that can boast beautiful girls, and Ukrainian Kateryna Wagner (née Marinova) clearly confirmed this trend. The 40-year-old native of Pokrovsk took part in the German national beauty contest and won the honorary title of «Mrs. Germany».

Kateryna Wagner impressed the professional jury not only with her creative talents, catwalk skills, and photo shoot results, but also with her high intellectual abilities. During the intellectual test, the Ukrainian contestant demonstrated a broad worldview, as well as the ability to clearly articulate her thoughts and civic stance in a well-reasoned manner, which helped her earn high scores.

It is worth noting that Kateryna Wagner has been a creative person since childhood — she was involved in dancing, ballet, soccer, and also attended music school. In 2008, she continued her studies in Magdeburg as part of a student exchange program, where she later decided to stay. Currently, the Ukrainian lives in Franconia, where she has started a family.

38. «Carol of the Bells» is a world-famous song that has become a true symbol of Christmas in many countries. People have heard this composition in cult films such as «Home Alone», «Harry Potter» and «Die Hard», and it is also an integral part of many holiday concerts in winter.

However, it turns out that not everyone knows the true origin of this track. Before the start of a music show in the Netherlands, conductor André Rieu candidly admitted that he had always thought of «Carol of the Bells» as an American Christmas song — until his belief was corrected by Ukrainian-born singer Anna Rekker. She explained that the popular track is actually a Ukrainian folk carol composed by Mykola Leontovych, and its original name is «Shchedryk».

To finally dispel all myths about the song's origin, Anna Rekker performed it on the international stage in its original language, Ukrainian. Her voice, combined with the orchestra, filled the hall with an incredible atmosphere, leaving many listeners overwhelmed with emotion. Some of the audience applauded loudly and listened to every word of «Shchedryk» with a smile on their faces, while others wiped tears from their eyes.

39. Ukrainian actress Ivanna Sakhno, born in Kyiv, had no lofty dreams as a child — she wanted to be either a taxi driver or a figure skater — but she managed to conquer Hollywood. Step by step, she fought for her place in the sun in the global film industry and achieved real success. The actress first appeared in the low-budget films «The Body Tree» and «Can't Take It Back», and then became the star of wildly popular projects.

In 2016, Ivanna Sakhno joined the cast of «Pacific Rim: Uprising», which tells the story of humanity's ongoing battle against kaiju monsters with the help of giant robots. The Ukrainian actress played the cold-blooded and disciplined Defense Corps cadet Victoria Malikova, who was initially a rival to the main character Amara Namani.

In 2018, the film «The Spy Who Dumped Me» was released, which tells the story of two friends who get into serious trouble after becoming involved in an

international spy conspiracy. In this film, Ivanna Sakhno plays the role of Nadezhda, a hired killer who pursues the main characters.

Film lovers also saw Ivanna Sakhno in the Disney+ series «Star Wars: Ahsoka», which tells the story of Jedi Ahsoka Tano as she tries to save the galaxy after the fall of the Empire. Sakhno played the antagonist Shin Hati, who is connected to the dark side of the Force.

40. Oleksandr Usyk is a Ukrainian boxer whose name is known to anyone even slightly interested in sports. He has twice become the undisputed world heavyweight champion, proving the indomitable spirit of the Ukrainian people through his victories in the ring. However, success in sports is not the only achievement in Oleksandr Usyk's life — last year, he also starred in the American drama «The Smashing Machine».

The film tells the story of legendary MMA and UFC fighter Mark Kerr, portrayed by actor Dwayne Johnson. Viewers witness the highs and lows of the athlete's career, as well as the difficult period of his struggle with opioid addiction. In «The Smashing Machine», Oleksandr Usyk plays Igor Vovchanchyn, the main character's most brutal opponent, who defeated Mark Kerr in the ring.

Although the Ukrainian boxer played a supporting role, he made a lasting impression on the cast. Dwayne Johnson described Usyk as follows: «Oleksandr is an incredible, wonderful person. He is a very bright soul with amazing stories that he shared with us. He has incredible charisma. When I first stepped into the ring with him, we worked without stunt doubles, which meant I was going to get beaten up for real. We went through the entire fight from start to finish, and that's when I realized he was a serious guy».

41. Oleksandr Rudynskyi is an actor from Mykolaiv who has clearly demonstrated through his own example that Ukrainians can successfully become part of the global film industry. His charisma, talent, and distinctive acting style have attracted the attention of internationally renowned directors, and his performances have resonated strongly with audiences. We invite you to explore some of the actor's most notable international projects.

«Rock, Paper, Scissors» is a short film by British-German director Franz Böhm. The film tells the story of 18-year-old Ivan (played by Oleksandr Rudynskyi), whose life is dramatically changed by Russia's full-scale invasion of Ukraine. His father secretly performs surgeries on wounded soldiers in a makeshift bunker, and when the enemy discovers this, Ivan is forced to take up arms to defend Ukrainian fighters.

The film received widespread critical acclaim and won the BAFTA 2025 Award for Best British Short Film.

«The Agency: Central Intelligence» is an American spy series produced for Paramount+ in collaboration with Showtime. The series tells the story of a CIA agent who is trying to return to peaceful civilian life after six years of working undercover under the alias Martian. However, unexpected circumstances change everything, affecting not only his personal fate, but also broader geopolitical events.

Rudynsky played a cameo role as secret agent Sasha Butenko in the series. He carries out missions in the temporarily occupied and controlled territories of Ukraine, demonstrating the heroism of Ukrainians.

«The Decameron» is a historical comedy series from Netflix. The story unfolds in 1348, when Florence is devastated by the plague. A small number of nobles and their servants fled to a separate mansion to wait out the danger, but in an instant, their lives turned into a real game of survival. In the series, Oleksandr Rudynskyi portrays the Eyeless Bandit, a character who brings an element of chaos and unpredictability to the narrative.

42. L'Oréal Paris is a French brand known to anyone who is even slightly interested in cosmetics. Its makeup and fragrances are part of many fashion lovers' beauty arsenals, which is why it is crucial for the company to choose ambassadors who consistently strengthen its reputation worldwide. Among the brand's representatives are Kendall Jenner, Jane Fonda, Kate Winslet, Cara Delevingne, Céline Dion, and Ukrainian designer Katya Silchenko.

She is the founder of the COAT brand, which is built on the philosophy of thoughtful and responsible production. In her work, the designer is not afraid to experiment with shapes and textures and often favors delicate, refined color palettes.

Katya Silchenko's original vision of the fashion world resonated with the French brand's team. On September 29, she had the honor of participating in the grand Le Défilé L'Oréal Paris show, dedicated to celebrating women's empowerment. In addition, Silchenko became an honorary ambassador of the L'Oréal Paris «Support Program for Women Entrepreneurs in Ukraine», a project aimed at helping women develop and grow their businesses.

43. It's no secret that clothing is one of the most important components of a strong public performance. That's why world stars pay great attention to their concert wardrobes, choosing the most spectacular outfits from top designers, including Ukrainian Ivan Frolov.

Celebrities trust his unique taste so much that they choose his creations for special events. For example, Beyoncé wore a stunning pink dress by Frolov for the first concert of her "Renaissance tour", which she launched after a four-year hiatus. Incidentally, the designer later created a unique look for the artist's daughter, Blue Ivy Carter.

Sabrina Carpenter has also fallen in love with the Ukrainian designer's clothing. During American tour, the star repeatedly wore short dresses with heart-shaped necklines, which at one point even became part of her signature style. Australian singer Kylie Minogue chose a spectacular look created by Ivan Frolov for the cover of her vinyl album «Tension».

Incidentally, it was Ivan Frolov who designed the unique, vibrant costumes for the band Ziferblat, which represented Ukraine at Eurovision 2025. Eurofans loved the looks so much that the artists were even nominated as «Style Icons».

44. Svitlana Bevza is a Ukrainian designer whose brand, Bevza, has become one of the most sought-after on the international scene. In each collection, the designer emphasizes the "less is more" principle, combining simple lines and

silhouettes that are not overloaded with unnecessary details, yet still look very striking.

Bevza clothing has been featured at the most prestigious fashion events, including New York Fashion Week and Paris Fashion Week. In addition, the Ukrainian designer's collections are sold at luxury department stores such as Selfridges, Printemps, The Frankie Shop and others.

Svitlana Bevza's designs have won the hearts of global celebrities. Pamela Anderson dazzled in a monochromatic "office siren" look by Bevza at the presentation of the new Pandora talisman collection. Heidi Klum posed in an exquisite dress made in Ukraine for Glamour Germany magazine. Outfits from the Ukrainian brand were also chosen by Bella Hadid, Gigi Hadid, Kim Kardashian, Emily Ratajkowski, Jenna Ortega and Kendall Jenner.

Moreover, the designer's clothing can be found in the wardrobes of members of royal families. In 2022, Queen Rania Al-Abdullah of Jordan wore a shirt-style coat by Bevza during an official visit.

In her work, Svitlana Bevza also highlights Ukrainian motifs. Elements of folk embroidery or decorations in the shape of wheat ears occasionally serve as accent pieces in the designer's clothing. In 2017, however, the designer used her Realitics collection to depict everyday life in Ukraine after Russia launched the war. The garments incorporated repurposed military elements.

45. Alla Kostromichova is one of the most successful Ukrainian models, who has achieved wide recognition internationally. This year at Milan Fashion Week, she walked in the debut show of Demna Gvasalia as the new creative director of Gucci.

However, this event is just one of many milestones in her career. Alla Kostromichova began her modeling career in March 2009, making her runway debut in Paris during a Givenchy show. A year later, she moved from Ukraine to New York, where she participated in 55 shows during her first season — an absolute record among models.

Soon, Kostromichova became the muse of legendary designer Alexander McQueen. He personally invited the Ukrainian model to open his show. Soon after,

she was named one of the top 10 most successful models in the world by Models.com. Throughout her career, Kostromichova has collaborated with the world's most iconic brands, including Givenchy, Hermès, Louis Vuitton, Christian Dior, Armani, Saint Laurent, Calvin Klein, and Bottega Veneta.

In 2014, she became the host of the Ukrainian version of Next Top Model. For seven seasons, she helped aspiring models find their place in the industry.

46. The series of films about the young wizard Harry Potter has become wildly popular among audiences, of different generations. The fantastic adventures of the students of the famous Hogwarts School of Witchcraft and Wizardry keep people glued to their screens year after year. Now HBO has decided to delight viewers with a full-fledged series about their favorite characters.

The main stars of the project wil, of course, be children, but there is also a Ukrainian among the cast! Ukrainian actress and model Svitlana Karabut, who currently lives in London, will appear in the Harry Potter series. She will play the role of Septima Vector, a professor of Arithmancy.

Incidentally, movie fans have already had the opportunity to see Svetlana Karabut on the big screen Among the projects featuring thelactress are "No Time to Die" and "Solo. A Star Wars Story".

47. The Ukrainian ritual song "Shchedryk" composed by Mykola Leontovych, was played during the 2025 Christmas address of King Charles III of Great Britain. Artists from the Ukrainian choir "Songs for Ukraine" performed an English-language version of the track entitled "Carol of the Bells" at Westminster Abbey.

British composer Simon Go created a special arrangement of the carol especially for the choir's solemn performance, making it sound even more enchanting.

"Songs for Ukraine" was founded in the spring of 2023 at the Royal Opera House. The choir consists of Ukrainian singers, both professional and amateur, who currently reside in the United Kingdom.

In its short existence, the choir has become a symbol of the promotion of Ukrainian culture in the UK. "Song's for Ukraine" performs large-scale concerts, and the proceeds from ticket sales are often donated to support Ukrainians.

48. Ukrainian dancers Vladislav Detuchenko and Veronika Rakitina won the popular show "Holland's Got Talent". The artists presented not just a dance on stage, but their own story of love and faith, which did not fade during the Russia's full-scale invasion of Ukraine. The masterful performance and sincere emotions of Vladislav Detuchenko and Veronika Rakitina left neither the audience nor the professional jury of the project indifferent, earning the dancers a standing ovation.

Interestingly, the Ukrainian artists did not even expect to take first place in the show. They participated in "Holland's Got Talent" to draw attention to their native country and to dedicate their performance to all Ukrainian refugees.

"The most amazing thing is the feeling that you heard us, that our story touched you, that your hearts were as deeply moved as we were by your support!" commented Veronika Rakitina on the victory.

ДОДАТКИ

Ukrainian stars

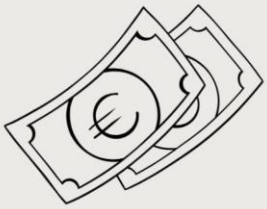
starred in the movie “The Devil Wears Prada 2„

Ukrainian TV host Andriy Danilevych and his wife, interior designer Tetiana Danilevych, appeared in the new part of the iconic film about the world of high fashion, "The Devil Wears Prada 2". They were among the 50 thousand people who wished to become extras in the film and eventually ended up among the 70 people who received this chance

"The casting took place in three stages, and we – unlike all the other thousands of applicants – went through it online. We sent photos and all the necessary information about ourselves by email. And we perfectly understood that our chances were tiny compared to those who personally went through the live selection for the filming," Danilevych commented on the unique experience.

The participation of Ukrainians in the creation of the film was accompanied by the observance of absolute secrecy. Andriy and Tetiana Danilevych said that the phones of everyone present on the set were covered with tape, so that no one would take any photos or videos. A violation of this contract rule could lead to the immediate termination of work.

Interestingly, for filming in "The Devil Wears Prada 2", the Ukrainians received a small fee - 250 euros for the two of them



АНОТАЦІЯ

Какун А. В. Інтеграція представників українських креативних індустрій у міжнародний культурний простір: розроблення та просування англомовної інстаграм-сторінки

Ключові слова: Інстаграм, креативні індустрії, культура, українці, міжнародній медіа, соціальні мережі, іноземна аудиторія.

Після 24 лютого 2022 року на просторах світових медіа Україна здебільшого висвітлюється у контексті повномасштабної війни, яку розпочала Росія, тоді як досягнення представників креативних індустрій залишаються поза увагою. Це формує однобоке уявлення міжнародної аудиторії про нашу країну, зокрема, нівелює вклад митців у становлення глобальних трендів. З метою руйнування стереотипного сприйняття України виключно як «країни у війні» та популяризації українських діячів культури було створено англійськомовну інстаграм-сторінку Ukrainian Pulse in World Culture. Проєкт поєднує у собі інформаційні та художньо-публіцистичні дописи, що містять найцікавіші дані про досягнення українських представників креативних індустрій на міжнародній арені. Акцент зберігається на висвітленні співпраці українців зі світовими зірками, перемогах на преміях, формуванні трендів тощо. Зокрема, кожна публікація доповнена фото і відеоматеріалами, що полегшують сприйняття і наочно демонструють результати роботи. Інстаграм є найвдалішою платформою для реалізації поставленої мети, адже збільшує популярність серед аудиторії, особливо молодої, як джерело новин, а аглоритмічна система рекомендує новини читачам, які цікавляться сферою культури. Загалом проєкт допомагає сформувати гарний імідж України у світовому інформаційному полі.

ANNOTATION

Kakun A. V. Integration of Representatives of Ukrainian Creative Industries into the International Cultural Space: Development and Promotion of an English-Language Instagram Page

Keywords: Instagram, creative industries, culture, Ukrainians, international media, social networks, foreign audience.

After February 24, 2022, Ukraine has mostly been covered in the global media in the context of the full-scale war launched by Russia, while the achievements of representatives of the creative industries remain overlooked. This forms a one-sided perception of our country among the international audience and, in particular, diminishes the contribution of artists to the formation of global trends. In order to destroy the stereotypical perception of Ukraine exclusively as a "country at war" and to popularize Ukrainian cultural figures, the English-language Instagram page Ukrainian Pulse in World Culture was created. The project combines informational and artistic-journalistic posts containing the most interesting information about the achievements of Ukrainian representatives of creative industries in the international arena. The focus remains on highlighting the cooperation of Ukrainians with world stars, victories at awards, trend formation, and more. In particular, each publication is supplemented with photo and video materials that facilitate perception and clearly demonstrate the results of the work. Instagram is the most successful platform for implementing the stated goal, as it is becoming increasingly popular among audiences, especially young people, as a source of news, while the algorithmic system recommends news to readers interested in the cultural sphere. Overall, the project helps to form a positive image of Ukraine in the global information space.