

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Факультет журналістики

Кафедра міжнародної журналістики

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему:

«Творчість без меж»: двомовний інстаграм-проект про сенси у час невизначеності»

Здобувачки (-а) IV курсу
групи МЖБ-1-22-4.0д
ступеня вищої освіти «бакалавр»
галузі знань 06 Журналістика
спеціальності 061 Журналістика
освітньої програми 061.00.05 Міжнародна
журналістика

Коваленко Аніти Максимівни

Науковий керівник: Анна Олександрівна
Скорофатова, кан.філол.наук, доцент, доцент
кафедри міжнародної журналістики

(підпис студента)

(ініціали, прізвище)

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Допускаю до захисту перед ЕК

Голова комісії

_____ В.І. Терещук
завідувач кафедри
міжнародної журналістики

(підпис)

(ініціали, прізвище)

Члени комісії

(підпис)

(ініціали, прізвище)

(підпис)

(ініціали, прізвище)

(підпис)

(ініціали, прізвище)

м. Київ – 2026 рік

Зміст

ВСТУП	4
РОЗДІЛ I ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОПКУЛЬТУРИ ТА ТВОРЧИХ СПІЛЬНОТ У СУЧАСНОМУ МЕДІАПРОСТОРИ	7
<i>1.1 Попкультура як соціокультурний феномен</i>	<i>8</i>
<i>1.2 Фанатські спільноти та творчі практики в сучасному медіапросторі</i> ..	<i>12</i>
<i>1.3 Косплей як складова сучасної попкультури</i>	<i>14</i>
<i>1.4 Косплей-фестивали та соціальні мережі як інструменти культурної комунікації</i>	<i>16</i>
РОЗДІЛ II СПЕЦИФІКАЦІЯ INSTAGRAM-МЕДІАПРОЄКТУ «ТВОРЧИСТЬ БЕЗ МЕЖ: ПРО СЕНСИ, ЩО НАРОДЖУЮТЬСЯ У ЧАС НЕВИЗНАЧЕНОСТІ»	20
<i>2.1 Концепція та тематичне спрямування медіапроєкту</i>	<i>20</i>
<i>2.2 Структура та контентне наповнення Instagram-проєкту</i>	<i>22</i>
<i>2.3 Інтерв'ю як основний жанр медіапроєкту</i>	<i>23</i>
<i>2.4 Візуальна концепція та оформлення проєкту</i>	<i>24</i>
<i>2.5 Авторський задум і ціннісна основа проєкту</i>	<i>28</i>
<i>2.6 Цільова аудиторія та особливості її залучення</i>	<i>29</i>
РОЗДІЛ III ТЕХНОЛОГІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ INSTAGRAM-МЕДІАПРОЄКТУ «ТВОРЧИСТЬ БЕЗ МЕЖ: ПРО СЕНСИ, ЩО НАРОДЖУЮТЬСЯ У ЧАС НЕВИЗНАЧЕНОСТІ»	33
<i>3.1 Соціальні мережі як середовище реалізації медіапроєкту</i>	<i>33</i>
<i>3.2 Програмні засоби створення візуального та мультимедійного контенту</i>	<i>34</i>
<i>3.3 Технічне забезпечення виробництва контенту</i>	<i>36</i>
<i>3.4 Організація виробничого процесу та комунікація з учасниками проєкту</i> .	<i>38</i>
ВИСНОВКИ	41
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	44
ДОДАТКИ	46
АНОТАЦІЯ	70
ANNOTATION	71

ВСТУП

Актуальність вибору теми. Актуальність теми зумовлена зростанням ролі соціальних мереж як платформ для висвітлення діяльності творчих спільнот та формування культурних сенсів у сучасному суспільстві. В умовах воєнного часу творчі практики стають важливим інструментом соціальної підтримки, самовираження та комунікації. Однією з активних складових сучасної попкультури є косплей-спільнота, яка функціонує як у цифровому середовищі, так і в межах фестивального руху. Водночас недостатньо дослідженими залишаються особливості медіапредставлення косплей-культури в українському інформаційному просторі та роль соціальних мереж у популяризації творчих ініціатив. У зв'язку з цим створення Instagram-медіапроєкту «Творчість без меж»: двомовний інстаграм-проєкт про сенси у час невизначеності є актуальним інструментом висвітлення діяльності творчих спільнот та популяризації сучасних культурних практик.

Мета та завдання кваліфікаційної бакалаврської роботи. Метою кваліфікаційної бакалаврської роботи є дослідження особливостей функціонування косплей-спільноти як складової сучасної попкультури України та створення Instagram-медіапроєкту «Творчість без меж»: двомовний інстаграм-проєкт про сенси у час невизначеності», спрямованого на висвітлення творчих практик і формування культурних сенсів в умовах соціальної невизначеності.

Для досягнення поставленої мети визначено такі наукові завдання:

- проаналізувати наукові підходи до вивчення попкультури як соціокультурного феномену;
- дослідити особливості розвитку фанатських і творчих спільнот у сучасному медіапросторі;
- охарактеризувати сучасний стан та особливості функціонування косплей-культури в Україні;
- визначити роль соціальних мереж у популяризації творчих практик та діяльності творчих спільнот;

- провести інтерв'ю та опитування представників косплей-спільноти;
- проаналізувати отримані результати емпіричного дослідження;
- розробити та реалізувати Instagram-медіапроект «Творчість без меж: про сенси, що народжуються у час невизначеності»;
- оцінити ефективність створеного медіапроекту та визначити перспективи його розвитку.

Об'єкт та предмет дослідження. Об'єктом дослідження є сучасні творчі спільноти у сфері попкультури. Предметом дослідження є особливості медіапредставлення косплей-спільноти в соціальних мережах та комунікаційні практики її учасників.

Методологічну основу дослідження становлять загальнонаукові методи аналізу, синтезу, індукції, дедукції, порівняння та узагальнення. Серед емпіричних методів використано інтерв'ю, опитування, спостереження та контент-аналіз матеріалів соціальних мереж. Для вивчення діяльності косплей-спільноти також застосовано метод якісного аналізу медіаконтенту.

Наукова новизна роботи полягає у комплексному дослідженні особливостей функціонування української косплей-спільноти в сучасному медіапросторі та в аналізі ролі Instagram як платформи для репрезентації творчих практик в умовах соціальної невизначеності.

Міжнародний аспект дослідження полягає у врахуванні глобального характеру попкультури та порівнянні особливостей розвитку української косплей-спільноти з діяльністю аналогічних творчих спільнот за кордоном, що дає змогу розглядати досліджуване явище в контексті світових культурних процесів.

Апробація. Виступ на XII Міжнародній науково-теоретичній конференції «Sectoral Research XXI: Characteristics and Features», 12 червня 2026 року, Чикаго, США (сертифікат).

Публікація. Коваленко А. Instagram як інструмент репрезентації творчих спільнот: на прикладі медіапроекту «Творчість без меж»: двомовний інстаграм-проект про сенси у час невизначеності». *Матеріали XII Міжнародна науково-*

теоретична конференція «*Sectoral Research XXI: Characteristics and Features*», 12 червня 2026 року, Чикаго, США.

Структура роботи складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. У першому розділі розглянуто теоретичні підходи до вивчення попкультури, фанатських спільнот і косплей-культури як соціокультурного явища, а також проаналізовано роль соціальних мереж у функціонуванні сучасних творчих спільнот. Другий розділ присвячено розробці та реалізації Instagram-медіапроєкту «Творчість без меж»: двомовний інстаграм-проєкт про сенси у час невизначеності». У ньому представлено концепцію проєкту, результати інтерв'ю та опитувань, структуру контенту, візуальну концепцію, особливості роботи з аудиторією та авторський задум. У третьому розділі охарактеризовано цифрові платформи, програмні засоби та технічні ресурси, використані під час створення медіапроєкту, а також висвітлено організацію виробничого процесу й комунікацію з учасниками проєкту. У висновках узагальнено результати дослідження та визначено перспективи подальшого розвитку досліджуваного напрямку. Загальна кількість сторінок – 70, із них основний текст складає 43 сторінки.

РОЗДІЛ I

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОПКУЛЬТУРИ ТА ТВОРЧИХ СПІЛЬНОТ У СУЧАСНОМУ МЕДІАПРОСТОРИ

Теоретичну основу дослідження становлять наукові праці у царині масової комунікації, медіапроекування, культурології, попкультури та дослідження сучасних творчих практик. У центрі уваги – процеси трансформації культурних явищ у сучасному суспільстві, вплив цифрових медіа на комунікаційний простір та розвиток творчих спільнот в контексті соціокультурних змін.

У межах дослідження розглянуто поняття творчості, самовираження, культурної ідентичності та механізми репрезентації творчих ініціатив у медіапросторі. Зокрема, аналіз впливу соціальних мереж дає змогу простежити механізми популяризації косплей-культури та особливості її висвітлення в цифрових медіа.

Соціальні, політичні та культурні виклики останніх років суттєво вплинули на розвиток творчих практик в Україні. За умов суспільної невизначеності та війни творчість дедалі частіше стає способом самовираження, підтримки соціальних зв'язків і пошуку нових культурних сенсів.

Теоретичне підґрунтя дослідження формують праці, присвячені популярній культурі, медіакомунікації та функціонуванню фанатських спільнот у цифровому середовищі. Джон Сторі розглядає популярну культуру як складне соціокультурне явище, що формується в процесі взаємодії медіа, культурних індустрій та аудиторії. Дослідник наголошує, що попкультура не обмежується сферою розваг, а бере участь у формуванні суспільних уявлень, цінностей та моделей поведінки [Storey 2024]. Генрі Дженкінс одним із перших запропонував розглядати фанатські спільноти не як пасивних споживачів контенту, а як активних учасників культурного виробництва. На його думку, шанувальники створюють власні творчі практики, переосмислюють медіатексти та формують нові форми комунікації в межах спільноти [Jenkins 2012]. У працях Стюарта Голла особлива увага приділяється процесам репрезентації культурних явищ у

медіапросторі. Дослідник підкреслює, що медіа не просто відображають реальність, а конструюють певні уявлення про неї через систему образів, символів і значень [Hall 2003]. Мануель Кастельс досліджує трансформацію суспільства під впливом цифрових технологій та мережевих комунікацій, зазначивши, що соціальні мережі стали важливим середовищем для нових спільнот і культурних практик [Castells 2009].

Окремий аспект дослідження становлять представники косплей-культури як складової сучасної попкультури, чия діяльність розглядається як форма творчої самореалізації, культурної комунікації та створення нових смислів у сучасному медіапросторі. Ніколь Ламеріхс розглядає косплей як форму творчої участі у фанатській культурі, що поєднує елементи перформансу, самопрезентації та колективної творчості [Lamerichs 2009]. У роботі також проаналізовано особливості репрезентації косплей-спільнот у соціальних мережах та механізми популяризації їхньої творчості за допомогою цифрових платформ.

Аналіз досліджень попкультури, фанатських спільнот і цифрових медіа дає змогу розглядати косплей-культуру як середовище творчої самореалізації та комунікації, у якому формуються нові культурні смисли й практики взаємодії між учасниками спільноти.

1.1 Попкультура як соціокультурний феномен

Попкультура (або популярна культура) є складовою сучасного культурного простору, що охоплює сукупність культурних практик, медіапродуктів і форм дозвілля, орієнтованих на широку аудиторію. У наукових дослідженнях попкультуру розглядають як важливий соціокультурний феномен, який формується під впливом медіа, ринкових механізмів, технологічного розвитку та суспільних запитів. На думку Джона Сторі, популярна культура є сферою розваг і простором виробництва та поширення суспільних смислів, цінностей і моделей поведінки [Storey 2024].

Формування попкультури пов'язують із суспільними змінами, що відбувалися протягом ХХ століття. Важливими чинниками цього процесу стали індустріалізація, урбанізація, зростання рівня грамотності населення та розвиток засобів масової комунікації. Розширення доступу до інформації й дозволяло сприяло появі культурних продуктів, розрахованих на масову аудиторію та здатних швидко поширюватися за допомогою нових медіа. Реймонд Вільямс пов'язував становлення популярної культури з процесами соціальної модернізації, які змінили способи виробництва, поширення та споживання культурного контенту [Williams 1988].

У науковому середовищі існують різні підходи до розуміння попкультури. Представники Франкфуртської школи Теодор Адорно та Макс Горкгаймер розглядали її як продукт культурної індустрії, що функціонує за законами масового виробництва та комерційного споживання. Науковці наголошували, що стандартизація культурного контенту може призводити до уніфікації смаків і моделей поведінки аудиторії [Adorno, Horkheimer 2016]. Водночас сучасні дослідники пропонують ширше трактування цього явища. Зокрема, Джон Фіск вважав аудиторію активним учасником культурного процесу, здатним інтерпретувати, переосмислювати та адаптувати медіаконтент відповідно до власного досвіду та соціального середовища [Fiske 2010].

Вагомий внесок у дослідження популярної культури зробив також Стюарт Голл, який розглядав культуру як простір формування суспільних значень і культурних ідентичностей. На його думку, медіа не лише відображають соціальну реальність, а й беруть участь у конструюванні уявлень про світ, суспільство та місце людини в ньому [Hall 2003]. Такий підхід дозволяє розглядати попкультуру не тільки як сферу розваг, а й як важливий механізм культурної комунікації.

Важливу роль у становленні попкультури відіграв розвиток кінематографа, радіо та друкованої преси. У першій половині ХХ століття кіно стало одним із наймасовіших видів дозвілля, а голлівудська індустрія сформувала систему

виробництва культурного продукту, орієнтованого на міжнародну аудиторію. Саме завдяки кінематографу окремі сюжети, персонажі та художні образи набували популярності далеко за межами країни походження. Значний вплив на розвиток популярної культури мала й література, багато творів якої отримали нове життя через екранізації. Взаємодія різних медіа сприяла формуванню масштабних культурних франшиз і вигаданих світів, які сьогодні часто називають медіавсесвітами. Водночас радіомовлення забезпечило швидке поширення музики, новин та розважального контенту серед широких верств населення, створюючи передумови для формування спільного культурного простору.

Новий етап розвитку попкультури розпочався після Другої світової війни, коли стрімке поширення телебачення суттєво розширило аудиторію культурного контенту. У 1950–1960-х роках популярності набули нові музичні напрями, зокрема рок-н-рол, які вплинули на формування молодіжних субкультур і нових моделей культурної поведінки. Саме в цей період популярна культура почала дедалі активніше впливати на стиль життя, моду та ціннісні орієнтири молодого покоління.

Дослідник Дік Гебдідж розглядав молодіжні субкультури як форму символічного спротиву домінантній культурі, що проявляється через стиль, мову, музику та способи самопрезентації [Hebdige 1979]. Такий підхід дозволяє розглядати субкультурні практики як важливу складову розвитку сучасної попкультури. Девід Магглтон зазначав, що сучасні субкультурні об'єднання характеризуються гнучкістю, різноманітністю форм участі та відсутністю жорстких меж між окремими спільнотами [Muggleton 2000]. Такий підхід є актуальним і для аналізу сучасних фанатських та косплей-спільнот, значна частина яких функціонує в цифровому середовищі.

Наприкінці ХХ століття важливим чинником розвитку попкультури став Інтернет, який суттєво розширив можливості комунікації та доступу до культурного контенту. Цифрові технології сприяли швидкому поширенню

фільмів, музики, літератури, коміксів та інших культурних продуктів, а також створили умови для формування спільнот за інтересами незалежно від географічних кордонів. На думку Мануеля Кастельса, мережеве суспільство суттєво змінило характер соціальної взаємодії, зробивши цифрові комунікації одним із ключових чинників культурного розвитку [Castells 2009].

Серед основних ознак попкультури дослідники виокремлюють масовість, доступність, орієнтацію на широку аудиторію та активне поширення через медіа. Водночас популярна культура бере участь у формуванні цінностей, моделей поведінки та культурної ідентичності. Через кіно, музику, телебачення, цифрові платформи та інші форми медіаконтенту люди отримують спільні культурні орієнтири, які впливають на їхні інтереси, способи самопрезентації та належність до певних соціокультурних спільнот.

Особливості розвитку попкультури в різних країнах визначаються історичними, соціальними та культурними чинниками. Унаслідок цього окремі форми популярної культури набувають найбільшого поширення в певних регіонах світу. Наприклад, у США значний вплив на розвиток попкультури справила кіноіндустрія, тоді як у Японії важливими складовими культурного експорту стали аніме та манга. Попри національні особливості, сучасна попкультура характеризується високим рівнем міжнародного культурного обміну та взаємовпливу.

Отже, попкультура є важливим елементом сучасного культурного простору, який поєднує функції комунікації, дозвілля та соціалізації. Її розвиток нерозривно пов'язаний із розвитком медіа та цифрових технологій, що створюють умови для появи нових форм творчої активності, культурної взаємодії та спільнот за інтересами.

1.2 Фанатські спільноти та творчі практики в сучасному медіапросторі

Фандоми функціонують як самостійні спільноти зі сформованими правилами комунікації, власною термінологією та системою соціальних зв'язків. У межах таких спільнот учасники не лише обмінюються інформацією про об'єкт зацікавлення, а й формують колективну ідентичність, що ґрунтується на спільних цінностях та культурних орієнтирах. Належність до фандому часто стає важливою складовою самопрезентації, особливо для молодіжної аудиторії.

Досліджуючи сучасні субкультури, Девід Магглтон зазначав, що культурні спільноти кінця ХХ – початку ХХІ століття характеризуються високою мобільністю та відсутністю жорстких меж між учасниками [Muggleton 2000]. На відміну від класичних субкультур, сучасні фандоми існують переважно у мережевому середовищі, що дозволяє людям брати участь у діяльності спільноти незалежно від місця проживання та соціального статусу.

Формування фанатських спільнот безпосередньо пов'язане з розвитком масової культури та медіаіндустрії. Поява популярних книжкових серій, кінофраншиз, телевізійних проєктів, а згодом відеоігор та цифрових платформ сприяла виникненню аудиторій, об'єднаних спільним інтересом до певного культурного продукту. На відміну від традиційного споживання медіаконтенту, діяльність таких спільнот не обмежується переглядом або обговоренням творів. Учасники фандомів поступово створюють власне комунікаційне середовище, у межах якого виникають специфічна термінологія, внутрішні правила взаємодії та система символів.

Досліджуючи феномен сучасних фанатських культур, Метт Гіллз зазначає, що фандом слід розглядати не тільки як сукупність прихильників певного медіапродукту, а як окремий соціокультурний простір. У середині такого простору формуються власні практики взаємодії, механізми визнання та способи самопрезентації. Належність до певного фандому нерідко стає частиною особистої ідентичності, особливо серед молодіжної аудиторії.

Суттєвий вплив на розвиток фанатських спільнот справив Інтернет. Якщо раніше комунікація між учасниками обмежувалася клубами за інтересами, тематичними зустрічами або друкованими виданнями, то розвиток цифрових технологій створив можливість для постійної взаємодії незалежно від географічних кордонів. Саме завдяки цифровим платформам фандоми отримали змогу швидко поширювати інформацію, організовувати спільні проєкти та залучати нових учасників.

Мануель Кастельс пов'язує такі процеси з формуванням мережевого суспільства, у якому соціальні зв'язки дедалі частіше вибудовуються через цифрові комунікації. У цьому контексті фанатські спільноти можна розглядати як приклад мережевих об'єднань, що функціонують переважно в онлайн-середовищі та об'єднують людей навколо спільних інтересів незалежно від їхнього місця проживання [Castells 2009].

Розвиток соціальних мереж суттєво змінив способи існування фандомів. Платформи Instagram, Facebook, TikTok, Discord та Telegram трансформувалися у простір для творчої діяльності. Саме тут відбувається презентація власних робіт, обговорення нових проєктів, пошук однодумців та організація тематичних заходів. Завдяки цьому сучасні фанатські спільноти дедалі більше поєднують комунікативну та творчу функції.

Однією з характерних рис фандомів є розвиток творчих практик. На основі популярних культурних продуктів учасники створюють фан-арт, фанфікшн, тематичні відео, музичні проєкти, крафтові вироби та костюми. Такі форми творчості дозволяють висловити власне ставлення до улюбленого твору та стати безпосереднім учасником культурного процесу. У результаті межа між творцем і споживачем контенту стає дедалі менш помітною.

Серед різноманітних творчих практик особливе місце посідає косплей, який поєднує елементи акторської майстерності, дизайну костюма, декоративно-прикладного мистецтва, фотографії та сценічного мистецтва. Саме косплей став однією з найпомітніших форм самовираження в сучасних фанатських спільнотах

і з часом перетворився на самостійне культурне явище, що виходить за межі окремих фандомів.

1.3 Косплей як складова сучасної попкультури

Косплей походить від *cosplay*, тобто костюмована гра. Це перформанс, що полягає в перевтіленні в популярних персонажів. Учасники (косплеєри) відтворюють образи героїв з фільмів, аніме, ігор чи коміксів за допомогою детальних костюмів, макіяжу, перук. У науковій літературі косплей розглядається як специфічна практика фанатської творчості. Зокрема, Тереза Вінг визначає косплей як процес втілення персонажа через костюм, поведінку та сценічне представлення образу. На думку дослідниці, косплей поєднує елементи театрального перформансу, ремісничої діяльності та фанатської культури [Winge 2006]. Такий підхід дозволяє розглядати косплей як самостійну форму культурного виробництва, у межах якої учасники не лише відтворюють готові образи, а й створюють власні інтерпретації популярних персонажів.

Косплей з'явився в середині минулого століття в Японії і з тих пір став невід'ємною частиною всіх великих аніме- та гік-культурних подій. Перші паростки косплею можна простежити на фестивалях наукової фантастики в США в 1930-1940-х роках, де учасники вбиралися в костюми героїв книг і фільмів. Однак сучасний косплей як феномен зародився в Японії в 1980-ті роки, коли фанати аніме і манги почали створювати костюми своїх улюблених персонажів і демонструвати їх на різних заходах. На відміну від американських фестивалів, японські косплеєри прагнули не просто надіти костюм, а якомога точніше відтворити зовнішність і манери персонажа, аж до найдрібніших деталей.

До середини 90-х років косплей став настільки популярним, що почав поширюватися за межі Японії, і незабаром його підхопили фанати по всьому світу. Сьогодні косплей можна побачити на великих фестивалях, таких як Comic-Con, Anime Expo та багато інших. Високий рівень інтеграції косплей-спільноти у міжнародний культурний простір підтверджується участю українських

косплеєрів у провідних європейських фестивалях та конкурсах, де вони регулярно представляють власні роботи та беруть участь у міжнародних змаганнях. Косплей став як хобі для мільйонів людей, так і професійною діяльністю для багатьох косплеєрів, які заробляють, створюючи костюми на замовлення або беручи участь у конкурсах і фотосесіях.

Косплей в Україні з'явився порівняно недавно, але швидко набрав популярності. Перші косплей-заходи почали проводитися на початку 2010 року на аніме-фестивалях і гік-вечірках, коли в Україну почала проникати культура аніме і манги. Фанати аніме почали самостійно створювати костюми і збиратися на тематичні фестивалі, де могли показати свої навички та поділитися своїм захопленням з іншими. На сьогоднішній день косплей в Україні – це важлива частина субкультури. Фестивалі, такі як Fancon, Anicon, Kyiv, Аль Мор, PokeFest, DiceCon.

Косплей як сучасне культурний феномен виконує низку важливих функцій, що робить його більшим за просте відтворення образів персонажів із попкультури. Перш за все варто виділити творчу тенденцію, яка полягає у створенні костюмів, аксесуарів, макіяжу та загального образу персонажа. Цей процес часто вимагає значних художніх, технічних і ремісничих навичок, а також сприяє розвитку креативності та індивідуального стилю учасників. Створення косплей-образу потребує поєднання навичок із різних творчих сфер: шиття, роботи з матеріалами, стилізації перук, макіяжу, фотографії та сценічного представлення. Саме тому косплей часто розглядають як комплексну творчу практику, що поєднує елементи декоративно-прикладного мистецтва, дизайну та перформансу.

Важливою є також вплив косплею на самовираження. Через косплей учасники мають можливість демонструвати власні інтереси, емоції та ідентичність, обираючи персонажів, з якими вони себе асоціюють, або навпаки – створюючи контрастні образи для експерименту з самоідентифікацією. У цьому контексті косплей стає інструментом особистісного розвитку та психологічної розрядки. В умовах війни та суспільної нестабільності творчі практики

набувають додаткового значення як спосіб підтримання соціальних зв'язків, емоційної саморегуляції та збереження особистісної ідентичності. У цьому контексті косплей може виступати формою психологічної адаптації та творчого самовираження.

Комунікативна функція косплею проявляється у формуванні соціальних зв'язків між учасниками спільноти. Фестивалі, фотосесії та соціальні мережі створюють простір для взаємодії, обміну досвідом і співпраці між косплеєрами, фотографами, крафтерами, вігмейкерами та іншими представниками творчого середовища. Дослідниця Ніколь Ламеріхс зазначає, що косплей є не лише процесом створення образу, а й формою соціальної взаємодії, у межах якої учасники презентують себе через персонажа та вступають у комунікацію з іншими представниками спільноти [Lamerichs, 2025]. У цьому контексті косплей сприяє формуванню спільнотної культури, розвитку творчих зв'язків і соціальній інтеграції учасників.

Отже, косплей можна розглядати як багатогранне соціокультурне явище, що поєднує творчу діяльність, комунікацію, самопрезентацію та участь у фанатських спільнотах. Його розвиток демонструє, як сучасна попкультура створює нові форми взаємодії, творчого самовираження та культурного обміну.

1.4 Косплей-фестивалі та соціальні мережі як інструменти культурної комунікації

Косплей-фестиваль – це масштабна костюмована подія, де учасники перевтілюються у персонажів аніме, відеоігор, фільмів чи коміксів. Це місце, де збираються фанати поп-культури або ж гіки для участі у творчих конкурсах (дефіле, сценки), фотосесіях, ярмарках. Формат косплей фестивалів виник на початку 2000-х років, але світу вже відомий більш класичний аналог, як наприклад бали чи маскаради. Фестивалі поп-культури це переосмислення класичного формату тематичної події для більш широкої аудиторії.

Дослідник фестивальної культури Кріс Ройек зазначає, що сучасні фестивалі виконують не лише розважальну, а й соціальну функцію, створюючи

тимчасові спільноти навколо спільних інтересів та культурних практик [Rojek, 2013]. У цьому контексті косплей-фестивалі можна розглядати як сучасну форму культурних зібрань, у межах яких поєднуються дозвілля, творчість і комунікація.

В Україні косплей став невід'ємною частиною великих фестивалів і заходів, таких як Fancon, який проводиться в Києві; OdessaComic Wave, який проводиться в Одесі; AniChe, який проводиться в Чернігові, Tanoshi, який проводиться в Дніпрі; PokeFesta, який проводиться в Харькові; Rokary, який проводиться в Полтаві; Kokomi, який проводиться в Запоріжжі; DiceCon, який проводиться у Львові, BunkaFest, який проводиться в Кривому Розі та інші. Особливо хочеться виокремити український феномен фестиваль який гастролює по всій Україні впродовж кількох тижнів, а саме НебіНебі. Ці події збирають тисячі шанувальників аніме, ігор і фільмів, даючи їм можливість показати свої костюми і взяти участь у конкурсах. Fancon – найбільший фестиваль у країні, який проходить щорічно і збирає косплеєрів з усієї України та інших країн. Тут проводяться конкурси на найкращі костюми.

Однією з ключових особливостей косплей-фестивалів є їхня комунікативна здібність. Такі заходи створюють простір для живого спілкування між косплеєрами, фотографами, крафтерами та відвідувачами на одній рівності, даючи можливість кожному продемонструвати себе та знайти однодумців. На думку Метта Гілза, фанатські заходи відіграють важливу роль у підтримці колективної ідентичності спільнот, оскільки створюють простір для особистої взаємодії та спільного переживання культурного досвіду [Hills, 2002]. Комунікація відбувається як у формі особистих контактів, так і через виступи на сцені, фотозони, конкурси та інші інтерактиви. Це сприяє формуванню спільнотної ідентичності та зміцненню зв'язків між учасниками.

Косплей-фестивалі також виконують функцію культурного обміну. Учасники мають можливість представляти образи персонажів з різних медіафраншиз, а також демонструвати власні творчі інтерпретації. Це сприяє взаємному впливу культурних традицій, популяризації попкультурних продуктів і розширенню культурного кругозору аудиторії. Як наприклад, дуже популярним

є фандом китайської культури, для його представлення учасники не просто заглиблюються в культуру задля перевтілення в китайські народні костюми, ханьфу, а також вчаться бойовими мистецтвам для виступу на сцені. Також дуже популярною є японська культура, яка виділяється через різноманітність ігор, коміксів, аніме. Також саме завдяки цій комунікації, про українських митців дізнається за межами України, де всесвітньо відомі бренди пропонують колаборації, а Україна тим самим отримує визнання.

Важливим аспектом є й освітньо-інформаційна функція фестивалів. Під час таких подій часто проводяться майстер-класи, лекції та панельні дискусії, що дозволяють учасникам удосконалювати навички у сфері створення костюмів, гриму, фотографії та організації творчих проєктів. Як зазначає Джон Фіске, фанатські спільноти виступають середовищем неформального навчання, де учасники набувають нових знань і навичок через спільну творчу діяльність та обмін досвідом [Fiske, 2010]. Отже, косплей-фестивали – багаторівневий комунікаційний простір, у якому поєднуються творчість, соціальна взаємодія та культурний обмін, що робить їх важливим елементом сучасної попкультури.

Фестивали як попкультурне явище та форма міжнародної комунікації у сучасному глобалізованому культурному просторі є платформами, де відбувається обмін культурними практиками, ідеями та творчими продуктами між представниками різних країн і спільнот. У межах попкультури фестивали – це осередки медіатрендів, що об'єднують фанатів анімації, кіно, коміксів, відеоігор та інших форм масової культури. Завдяки цьому вони стають і локальними подіями, і частиною міжнародної мережі культурних комунікацій, у якій ідеї, образи та практики швидко поширюються між різними країнами.

Ключовою характеристикою таких фестивалів є їхня здатність забезпечувати пряму міжкультурну взаємодію. Учасники з різних культурних середовищ можуть безпосередньо обмінюватися досвідом, презентувати власні творчі роботи та інтерпретувати спільні попкультурні символи, що сприяє розвитку взаєморозуміння та формуванню глобальних творчих спільнот. У дослідженнях культурної глобалізації Ян Недервен Пітерсе розглядає подібні

процеси як форми культурної гібридизації, коли елементи різних культур взаємодіють і створюють нові форми культурного досвіду [Pieterse, 2009].

Отже, косплей-фестивалі та соціальні мережі формують єдиний комунікаційний простір, у якому відбувається обмін творчим досвідом, презентація власних робіт та налагодження зв'язків між представниками спільноти. Завдяки цьому косплей виходить за межі окремого хобі та стає частиною ширших культурних процесів, пов'язаних із розвитком попкультури, цифрових медіа та міжнародної культурної взаємодії.

Таким чином, проведений теоретичний аналіз показав, що косплей сформувався на перетині попкультури, фанатських спільнот і творчих практик, які активно розвиваються в сучасному медіапросторі. Розвиток цифрових технологій та соціальних мереж сприяв розширенню аудиторії косплей-культури, створивши нові можливості для комунікації, самопрезентації та поширення творчого контенту. Встановлено, що косплей виконує як розважальну, так і творчу, комунікативну та соціокультурну функції. Учасники спільноти виступають не пасивними споживачами культурного продукту, а активними творцями власного контенту, формуючи нові практики взаємодії всередині фанатських спільнот.

Окреме значення у розвитку косплей-культури мають фестивалі та цифрові платформи, які забезпечують обмін досвідом між учасниками, сприяють формуванню професійних зв'язків і популяризації творчих проєктів. Це дозволяє розглядати косплей як помітне соціокультурне явище сучасної попкультури та як ефективний інструмент культурної комунікації. Теоретичні положення, розглянуті в розділі, створюють основу для аналізу практичної частини дослідження, присвяченої особливостям реалізації медіапроєкту про українську косплей-спільноту.

РОЗДІЛ II

СПЕЦИФІКАЦІЯ INSTAGRAM-МЕДІАПРОЄКТУ «ТВОРЧИСТЬ БЕЗ МЕЖ: ПРО СЕНСИ, ЩО НАРОДЖУЮТЬСЯ У ЧАС НЕВИЗНАЧЕНОСТІ»

2.1 Концепція та тематичне спрямування медіапроєкту

Концепція медіапроєкту ґрунтується на висвітленні творчих практик, які формуються та розвиваються в межах української косплей-спільноти. Основна увага зосереджена як на самих косплеєрах, так і на представниках суміжних творчих напрямів, діяльність яких є невід'ємною складовою створення образу: швачках, вігмейкерах, крафтерах, фотографах, ретушерах, дизайнерах та інших майстрах. Такий підхід дозволяє показати косплей не як окреме захоплення, а як середовище, у межах якого поєднуються різні види творчої діяльності та формується власна система професійних і напівпрофесійних навичок.

Тематика проєкту обрана з огляду на активний розвиток косплей-культури в Україні впродовж останніх років. Попри воєнні умови, творчі спільноти продовжують функціонувати, створювати нові проєкти, брати участь у міжнародних фестивалях та представляти українську культуру за кордоном. Саме тому важливою складовою проєкту стало висвітлення особистого досвіду учасників спільноти, їхніх творчих практик і шляхів професійного розвитку.

На думку П'єра Леві, сучасні творчі спільноти значною мірою функціонують завдяки колективному обміну знаннями та досвідом між учасниками. Це особливо помітно в косплей-середовищі, де більшість навичок опановуються через взаємодію з іншими учасниками спільноти, обмін матеріалами, консультації та спільну роботу над проєктами [Lévy, 1997].

Змістове наповнення Instagram-медіапроєкту «Творчість без меж: про сенси, що народжуються у час невизначеності» формувалося на основі серії авторських інтерв'ю з представниками різних напрямів косплей-спільноти. До участі були залучені вігмейкери Kudo, Акі, Reo-Odis, Бурсія, Kuvira, Mikell Di та Niel, які поділилися професійним досвідом створення та стилізації перук,

особливостями роботи із синтетичними матеріалами, питаннями просування власних творчих послуг та формування авторського стилю.

Окремий тематичний блок проєкту присвячено крафтерам і майстрам з виготовлення костюмів та реквізиту. У межах інтерв'ю з Ліміткою, Весняною, Лукою, Оріон, Mar Mar та Yudeejee висвітлювалися питання роботи з фоаміраном, смолами, 3D-друком, механізованими конструкціями, технікою безпеки, а також особливостями підготовки конкурсних та фестивальных образів. Учасники розповідали про власний досвід та надавали практичні рекомендації для новачків, що посилює просвітницьку складову медіапроєкту.

Значне місце у проєкті відведено питанням візуальної репрезентації творчості. Так, у матеріалах за участі фотографів Eva Davidova та Kei розглядалися особливості підготовки тематичних фотозйомок, зокрема складність організації підводної зйомки, підбір технічного обладнання та специфіка роботи фотографа в нестандартних умовах. Учасниця Noel Volue також поділилася досвідом створення контенту для соціальних мереж, підготовки референсів та організації косплей-фотосесій.

Окремим форматом проєкту став аудіоподкаст за участі Tory, присвячений аналізу українських фестивалів та їх порівнянню з міжнародними подіями. Використання такого формату дозволило розширити жанрові можливості проєкту та залучити аудиторію до обговорення актуальних проблем розвитку української косплей-культури.

Важливою особливістю проєкту стало прагнення продемонструвати багатогранність творчих професій, представлених у косплей-середовищі. Аналіз проведених інтерв'ю показав, що сучасний косплей об'єднує не тільки виконавців образів, а й фотографів, ретушерів, майстрів із пошиву костюмів, вігмейкерів, крафтерів, спеціалістів із 3D-моделювання та друку, організаторів фестивалів і контент-мейкерів. Саме тому проєкт акцентує увагу на людях, які часто залишаються поза увагою широкої аудиторії, хоча їхня діяльність є необхідною складовою створення якісного косплей-контенту. Через особисті історії, професійний досвід і практичні поради учасників розкривається складна

система взаємодії всередині творчої спільноти, де кожен напрям доповнює інший.

Водночас проєкт виконує просвітницьку функцію. Значна частина опублікованих матеріалів містить практичні рекомендації щодо роботи з матеріалами, створення костюмів, укладання перук, організації фотозйомок, ведення творчих сторінок у соціальних мережах та участі у фестивальному русі. Завдяки цьому Instagram-медіапроєкт виступає не лише майданчиком для висвітлення діяльності творчих особистостей, а й джерелом корисної інформації для нових учасників спільноти, які лише розпочинають свій шлях у косплей-культурі.

2.2 Структура та контентне наповнення Instagram-проєкту

Instagram-медіапроєкт «Творчість без меж: про сенси, що народжуються у час невизначеності» реалізовано як багатоформатний цифровий медіапродукт, що функціонує в межах платформи Instagram. Вибір цієї платформи зумовлений її орієнтацією на візуальний контент, високий рівень залучення аудиторії до культурних і творчих практик, а також можливістю оперативного поширення матеріалів через публікації, Reels та Stories.

Контент проєкту структуровано у форматі серії авторських інтерв'ю з представниками косплей-спільноти та суміжних творчих професій. Основними героями публікацій стали косплеєри, вігмейкери, крафтери, фотографи та контент-мейкери, які представлені у додатках до роботи (інтерв'ю з Kudo, Акі, Ліміткою, Весняною, Лукою, Оріон, Mar Mar, Kuvira, Niel, Naki, Reo-Odis та іншими учасниками проєкту). Кожен матеріал має індивідуальну структуру, що складається з короткого представлення героя, блоку питань та відповідей, а також прикладів практичного досвіду або професійних порад.

Окремим типом контенту є візуальні публікації, що містять косплей-фотографії героїв проєкту. Вони оформлені в єдиній стилістичній системі, яка поєднує індивідуальний підхід до кожного учасника з загальною візуальною

концепцією сторінки. Додаткові зображення подаються у форматі каруселі, що дозволяє розкрити деталі костюмів, крафтових елементів та роботи вігмейкерів.

Важливим компонентом проєкту є використання формату Reels, який інтегрує аудіоподкастові елементи. Зокрема, окремі випуски містять обговорення розвитку косплей-культури, досвіду участі у фестивалях та порівняння українських і міжнародних подій (аудіозапис за участі Tomy). Це розширює жанрову структуру проєкту та дозволяє подати матеріал у більш динамічному форматі.

Також у межах проєкту використовуються Stories як інструмент оперативної комунікації з аудиторією. Вони виконують функцію анонсів нових публікацій, залучення уваги до інтерв'ю та формування регулярної взаємодії з підписниками у перші години після виходу контенту.

Таким чином, структура Instagram-медіапроєкту поєднує текстові, візуальні та аудіальні формати, що забезпечує комплексне представлення косплей-спільноти як багаторівневого культурного середовища.

2.3 Інтерв'ю як основний жанр медіапроєкту

Основним жанром медіапроєкту є інтерв'ю, яке використовується як базовий формат збору та репрезентації емпіричного матеріалу. У межах проєкту інтерв'ю виступає ключовим способом фіксації досвіду представників косплей-спільноти, їхніх практик, професійних навичок та творчих підходів.

Аналіз зібраних матеріалів (Додатки А–Ф) дозволяє виділити кілька різновидів інтерв'ю, які використовуються в межах проєкту:

- **Експертно-практичні інтерв'ю**, спрямовані на розкриття професійних аспектів діяльності (вігмейкерство, крафт, пошиття костюмів, 3D-друк, фотографія). Приклади: Kudo (Додаток А), Акі (Додаток Б), Лімітка (Додаток В), Лука (Додаток Д), Kuvira (Додаток Р), Niel (Додаток Ф).
- **Дослідницько-рефлексивні інтерв'ю**, у яких респонденти описують власний творчий шлях, розвиток у спільноті та особисті зміни в

процесі діяльності. Приклади: Reo–Odis (Додаток Ж), Mikell Di (Додаток С), Naki (Додаток Т), Noel Volye (Додаток К).

- **Практико-орієнтовані порадицькі інтерв'ю**, у яких основний акцент зроблено на рекомендаціях для початківців, технічних лайфхаках та прикладних аспектах роботи. Приклади: Весняна (Додаток Г), Mar Mar (Додаток М), Yudeejee (Додаток Н), Бурсія (Додаток П).

- **Соціально-комунікативні інтерв'ю**, що акцентують увагу на взаємодії всередині косплей-спільноти, фестивальной культурі та впливі оточення на творчість. Приклад: Мао (Додаток У), а також окремі блоки в інтерв'ю інших учасників.

Вибір інтерв'ю як основного жанру зумовлений дослідницькою метою проекту – репрезентацією косплей-культури через досвід її безпосередніх учасників. Такий підхід дозволяє поєднати інформативну та персоналізовану складові, забезпечуючи одночасно опис практик, професійних навичок і соціального контексту.

Інтерв'ю також виконує комунікативну та просвітницьку функцію, оскільки сприяє як передачі знань про косплей як культурне явище, так і формує доступні орієнтири для входження нових учасників у спільноту.

2.4 Візуальна концепція та оформлення проекту

Світлини є одним із ключових візуальних елементів медіапроекту, що забезпечує репрезентацію професійного рівня учасників та формування емоційного сприйняття контенту. Вони виконують функцію візуального підтвердження творчих практик косплей-спільноти та демонструють розвиток українського креативного середовища в умовах сучасних соціокультурних викликів. Так, у межах проекту використовується портретна візуалізація учасників, де кожен гість представлений у власному косплей-образі. Це дозволяє підкреслити індивідуальність кожного творця та водночас інтегрувати його у загальну концепцію медіапроекту (рис. 2.1).

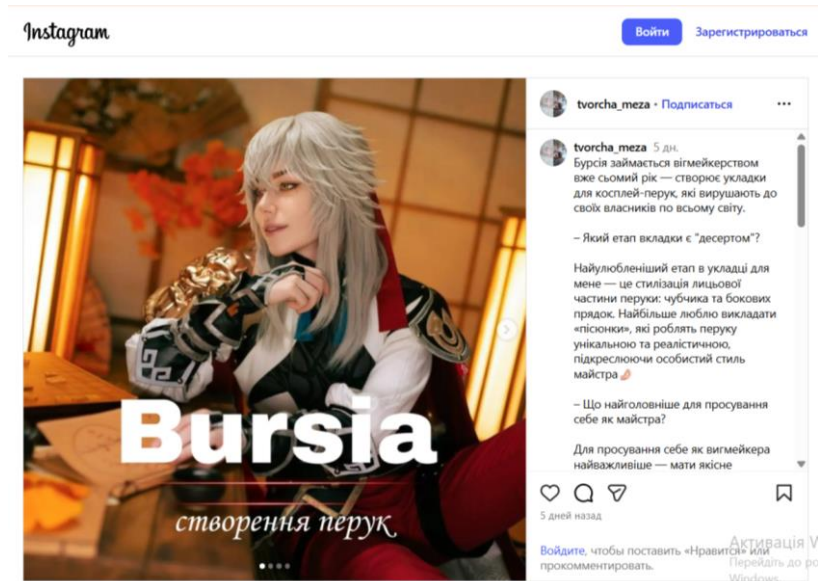
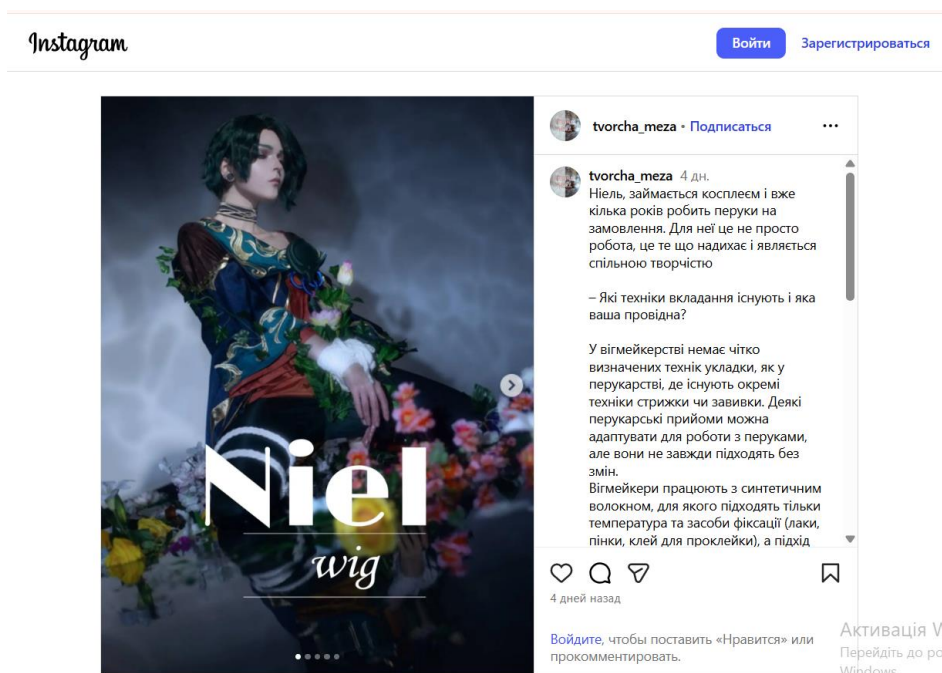


Рис. 2.1 Приклад візуального представлення гостя у косплей-образі (портретна подача інтерв'ю).

Окремим елементом візуальної концепції є використання карусельного формату публікацій, який дозволяє демонструвати фінальний результат та деталі костюмів, процес створення образів та окремі елементи крафтової роботи. Такий підхід підсилює інформативність контенту та забезпечує глибше розуміння творчого процесу (рис. 2.2).



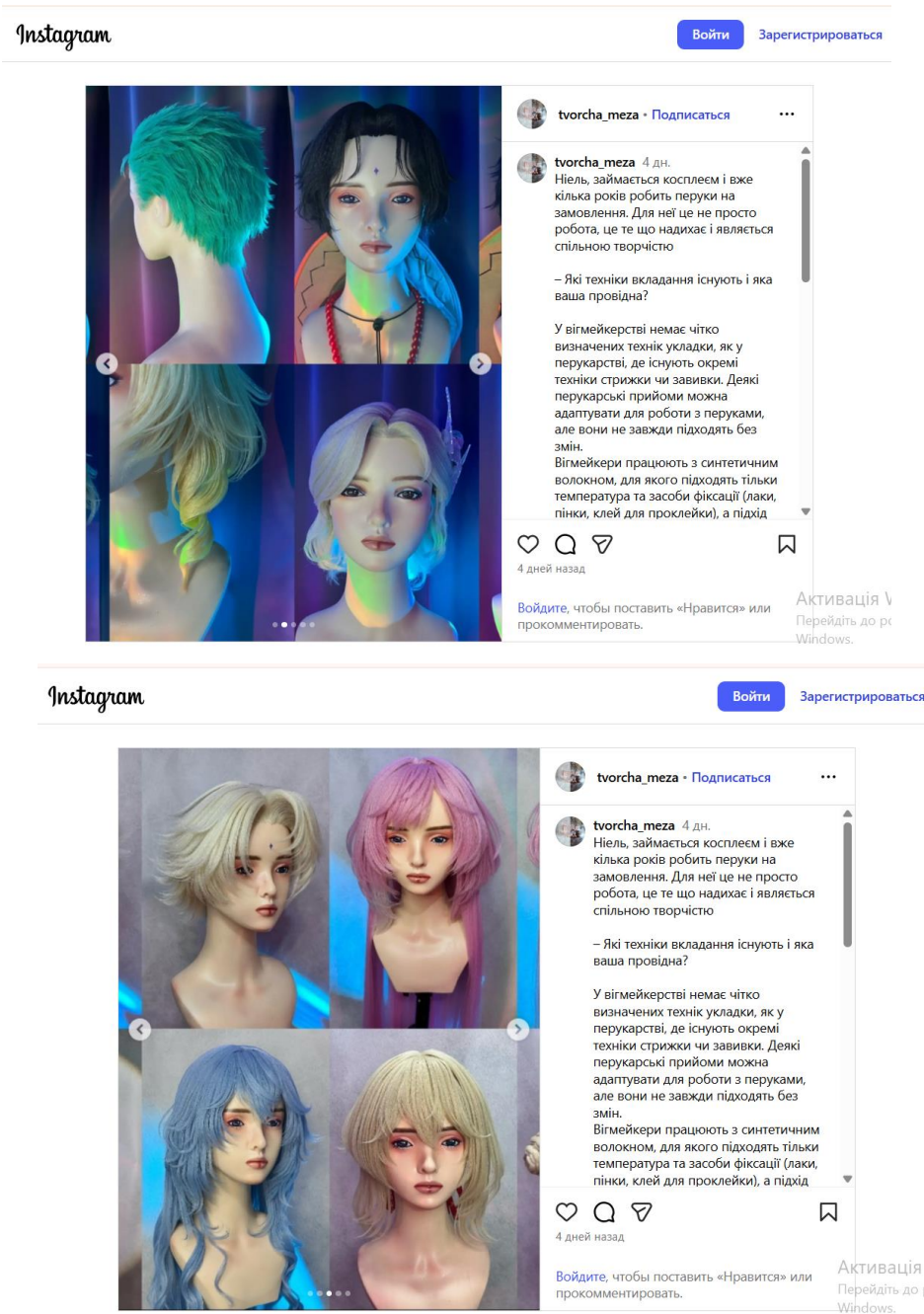


Рис. 2.2 Демонстрація деталей косплей-костюму у форматі каруселі.

Важливою складовою є також індивідуалізоване стилістичне оформлення постів, яке адаптується під кожного гостя, але водночас зберігає єдину візуальну систему сторінки. Це забезпечує баланс між унікальністю кожного матеріалу та цілісністю всього медіапроєкту як єдиної концепції (рис. 2.3).

Instagram



Instagram

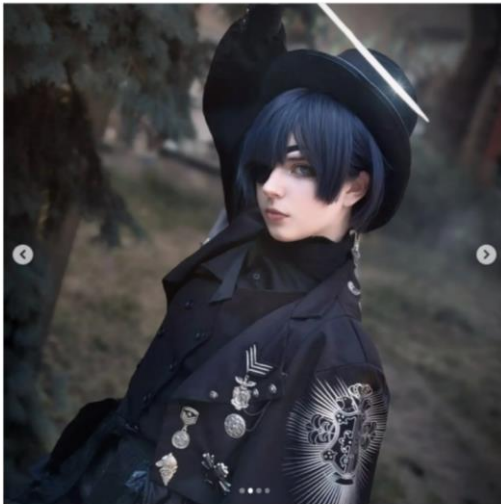


Рис. 2.3 Приклад різних стилів оформлення постів у межах одного проєкту.

Додатково у межах проєкту використовуються інформаційно-практичні матеріали, які мають прикладний характер та розширюють функціональність сторінки. До них належать поради, чек-листи та рекомендації від учасників косплей-спільноти, що спрямовані на підтримку початківців та розкриття технічних аспектів творчої діяльності (рис. 2.4).

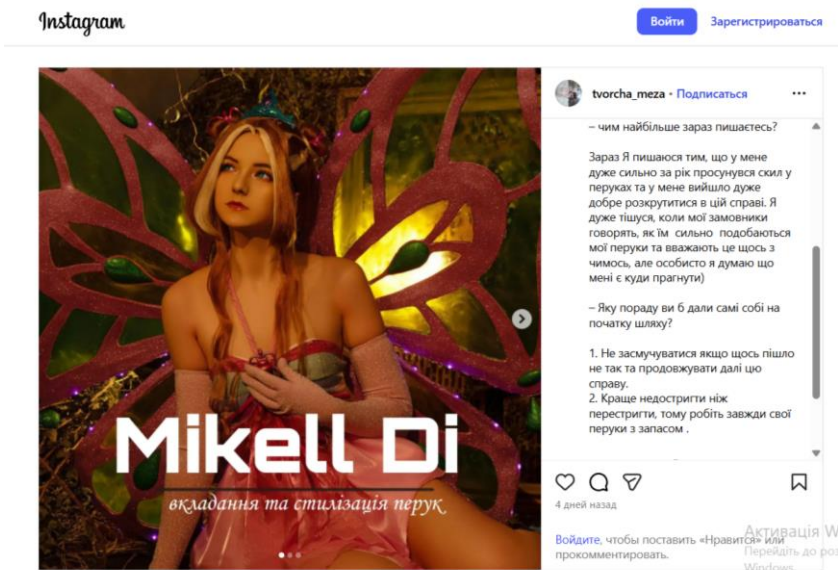


Рис. 2.4 Приклад інформаційно-практичного контенту (поради / чек-листи / рекомендації).

Отже, візуальна концепція проєкту базується на поєднанні портретної репрезентації учасників, демонстрації творчих процесів, стилістичної цілісності оформлення та освітньо-практичного контенту, що забезпечує багаторівневу структуру сприйняття медіапродукту.

2.5 Авторський задум і ціннісна основа проєкту

Авторський задум медіапроєкту полягає у висвітленні творчих практик української косплей-спільноти та популяризації діяльності митців, які розвивають сучасну попкультуру в Україні. Проєкт створювався як платформа для демонстрації творчого потенціалу спільноти, а також для документування процесів її розвитку в умовах суспільної невизначеності та воєнного часу.

Ціннісна основа проєкту формується навколо кількох ключових смислових напрямів.

По-перше, це **цінність творчої самореалізації**. Матеріали проєкту демонструють, що косплей є не тільки формою дозвілля, а комплексною творчою діяльністю, яка потребує опанування різноманітних навичок. Серед них – пошиття костюмів, крафтинг, вігмейкерство, макіяж, фотографія, ретуш, 3D-моделювання та інші напрями, які представлені в інтерв'ю учасників проєкту.

По-друге, важливою складовою є **цінність спільноти та взаємопідтримки**. Аналіз інтерв'ю засвідчив, що розвиток косплей-культури значною мірою базується на обміні досвідом, взаємодопомозі та передачі знань між учасниками. Саме тому значна частина матеріалів містить практичні поради, рекомендації та особисті історії, що можуть бути корисними для нових учасників спільноти.

По-третє, проєкт акцентує увагу на **цінності культурного розвитку та міжнародної інтеграції**. Багато героїв інтерв'ю співпрацюють із закордонними замовниками, беруть участь у міжнародних конкурсах, публікуються на іноземних платформах або працюють для міжнародної аудиторії. Це дозволяє розглядати українську косплей-спільноту як частину глобального культурного простору.

Окремим смисловим напрямом є **цінність творчості як форми стійкості в умовах війни**. Попри складні суспільні обставини, учасники спільноти продовжують створювати нові проєкти, розвивати професійні навички та підтримувати культурну активність. У цьому контексті творчість виступає способом самовираження та інструментом збереження соціальних зв'язків та культурної активності.

Отже, авторський задум проєкту полягає як в популяризації косплею як сучасного культурного явища, так і в демонстрації людей, які через творчість формують нові культурні практики, професійні спільноти та комунікаційні зв'язки в Україні.

2.6 Цільова аудиторія та особливості її залучення

Цільова аудиторія Instagram-медіапроєкту «Творчість без меж: про сенси, що народжуються у час невизначеності» охоплює кілька взаємопов'язаних груп користувачів. Насамперед це представники косплей-спільноти, творчі митці, фотографи, вігмейкери, крафтери, дизайнери костюмів, ретушери та інші учасники творчих процесів, які безпосередньо залучені до створення косплей-контенту. Водночас проєкт орієнтований і на ширшу аудиторію поціновувачів

сучасної попкультури – шанувальників аніме, відеоігор, коміксів, фентезі, кіно та серіалів, які виступають основними споживачами такого контенту.

Аналіз учасників інтерв'ю показав, що найбільш активною частиною спільноти є молодь віком приблизно від 15 до 35 років. Саме ця категорія найчастіше займається створенням костюмів, виготовленням реквізиту, укладанням перук, участю у фестивалях, фотосесіях і розвитком тематичних сторінок у соціальних мережах. Серед героїв проекту представлені вігмейкери (Kudo, Reo-Odis, Бурсія, Kuvira, Niel, Mikell Di), крафтери (Лімітка, Весняна, Мар Мар, Yudeejee), фотографи, контент-мейкери та активні учасники фестивального руху. Така різноманітність дозволила охопити різні сегменти творчої спільноти та продемонструвати багатогранність сучасного косплею.

Окрему частину аудиторії становлять так звані гіки – люди, які активно цікавляться популярною культурою та є прихильниками окремих франшиз, персонажів або вигаданих всесвітів. Саме ця категорія формує значну частину глядацької аудиторії косплей-контенту, відвідує фестивалі, підтримує авторів у соціальних мережах та сприяє поширенню творчих проєктів. Як зазначає Генрі Дженкінс, сучасні фанатські спільноти виступають не пасивними споживачами інформації, а активними учасниками культурного виробництва, які створюють власний контент, формують нові сенси та підтримують розвиток творчих середовищ [Jenkins 2012]. Саме тому проєкт орієнтується не тільки на професійних косплеєрів, а й на широку фанатську аудиторію.

Важливо зазначити, що залучення аудиторії в межах досліджуваної спільноти залежить не стільки від віку, скільки від рівня зацікавленості та включеності в культурне середовище. Це підтверджують і результати інтерв'ю, де учасники неодноразово наголошували на важливості творчого оточення та комунікації всередині спільноти. Зокрема, в інтерв'ю Мао підкреслюється роль творчого середовища як джерела мотивації та натхнення для подальшого розвитку. Таким чином, ключовим чинником залучення виступає не демографічна характеристика, а належність до спільних культурних інтересів.

Під час створення проєкту використовувалися механізми залучення аудиторії, характерні для цифрових медіа. Зокрема, публікації будувалися навколо особистих історій героїв, практичних порад та професійного досвіду, що сприяло формуванню довіри між авторами контенту та підписниками. Використання коротких інтерв'ю, каруселей фотографій, сторіс-анонсів і відеоформатів дозволяло утримувати увагу користувачів та стимулювати їхню взаємодію з контентом.

Така стратегія відповідає підходам, описаним британським дослідником Джоном Гартлі, який розглядає аудиторію нових медіа як активного учасника комунікації, здатного як споживати інформацію, так і брати участь у її поширенні та інтерпретації [Hartley 1999]. У контексті Instagram це проявляється через коментарі, поширення дописів, збереження матеріалів та подальше поширення інформації про героїв проєкту. Саме тому цільовою аудиторією медіапроєкту стали безпосередні учасники косплей-спільноти та усі користувачі, зацікавлені в сучасній попкультурі, творчості та діяльності українських креаторів.

Отже, у другому розділі було розглянуто специфіку створення Instagram-медіапроєкту «Творчість без меж: про сенси, що народжуються у час невизначеності». Визначено його концепцію, тематичне спрямування, структуру та особливості контентного наповнення. Встановлено, що проєкт спрямований на висвітлення діяльності української косплей-спільноти та популяризацію творчих професій, пов'язаних із сучасною попкультурою.

З'ясовано, що найбільш ефективним жанром для реалізації поставлених завдань стало інтерв'ю, яке дозволило представити особистий досвід учасників спільноти, розкрити особливості різних напрямів творчої діяльності та сформуванню довірливу комунікацію з аудиторією. Важливу роль також відіграла візуальна складова проєкту, що забезпечила цілісність стилістичного оформлення та підсилювала сприйняття контенту.

Визначено, що цільову аудиторію проекту становлять представники творчих спільнот, поціновувачі попкультури та користувачі соціальних мереж, зацікавлені у сучасних культурних процесах. Завдяки поєднанню інтерв'ю, фотоконтенту, відеоматеріалів і сторіс-публікацій вдалося створити комплексний медіапродукт, спрямований на популяризацію українських креаторів та розвиток культурної комунікації в цифровому середовищі.

Таким чином, розроблений Instagram-медіапроект успішно реалізує інформаційну, комунікаційну та популяризаторську функції, сприяючи висвітленню творчих практик української косплей-спільноти та формуванню позитивного образу сучасної української попкультури.

РОЗДІЛ III

ТЕХНОЛОГІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ INSTAGRAM-МЕДІАПРОЄКТУ «ТВОРЧИСТЬ БЕЗ МЕЖ: ПРО СЕНСИ, ЩО НАРОДЖУЮТЬСЯ У ЧАС НЕВИЗНАЧЕНОСТІ»

3.1 Соціальні мережі як середовище реалізації медіапроєкту

У сучасному медіапросторі соціальні мережі є одним із найефективніших каналів поширення інформації, популяризації творчих ініціатив та формування спільнот за інтересами. Вони забезпечують швидке поширення контенту та можливість безпосередньої взаємодії між авторами та аудиторією. На відміну від традиційних медіа, соціальні платформи дозволяють користувачам одночасно виступати споживачами та творцями контенту, створюючи активне комунікаційне середовище.

Саме тому для реалізації медіапроєкту «Творчість без меж: про сенси, що народжуються у час невизначеності» було обрано соціальні мережі як основний майданчик для публікації матеріалів та взаємодії з аудиторією. Такий вибір обумовлений особливостями досліджуваної тематики, адже сучасні творчі спільноти, зокрема косплей-ком'юніті, значну частину своєї діяльності здійснюють саме в цифровому просторі. Соціальні мережі виступають для них і засобом комунікації, і платформою для презентації робіт, обміну досвідом, пошуку однодумців та професійного розвитку.

Головною платформою проєкту став Instagram, який поєднує можливості публікації фотографій, відеоматеріалів, текстового контенту та інтерактивних форматів взаємодії з підписниками. Завдяки використанню дописів, сторіс, рілс та особистих повідомлень вдалося створити багаторівневу систему комунікації з аудиторією. На сторінці розміщувалися анонси інтерв'ю, презентації гостей, тематичні публікації та аудіоподкаст, що формували цілісну структуру проєкту.

Вибір Instagram також пов'язаний із візуальною природою косплей-культури. Значна частина творчої діяльності учасників спільноти репрезентується через фотографії костюмів, фотосесії, відеороботи та

демонстрацію процесу створення образів. Саме тому платформа, орієнтована на візуальний контент, стала найбільш доречним середовищем для презентації результатів дослідження та популяризації творчості українських креаторів.

Для пошуку героїв проєкту та збору додаткової інформації про їхню діяльність використовувалися також TikTok та X (Twitter). Ці платформи дали змогу ознайомитися з творчими роботами митців, простежити особливості їхньої комунікації з аудиторією, а також сформувані перелік питань для майбутніх інтерв'ю. Крім того, соціальні мережі стали важливим інструментом налагодження співпраці з представниками творчих спільнот та організації комунікації на всіх етапах реалізації проєкту.

Практичний досвід реалізації проєкту підтвердив, що соціальні мережі є не тільки технічним майданчиком для розміщення матеріалів, а й середовищем формування культурних спільнот. Саме через них відбувається популяризація творчих практик, обмін досвідом між учасниками ком'юніті та залучення нової аудиторії до сучасної попкультури. Використання соціальних платформ забезпечило оперативність поширення інформації, доступність контенту для широкого кола користувачів та можливість підтримувати постійний зворотний зв'язок із підписниками.

3.2 Програмні засоби створення візуального та мультимедійного контенту

Важливим етапом реалізації медіапроєкту «Творчість без меж: про сенси, що народжуються у час невизначеності» стало створення якісного візуального та мультимедійного контенту. Оскільки основною платформою поширення матеріалів був Instagram, особлива увага приділялася як змістовому наповненню публікацій, так і візуальному оформленню. Для цього використовувався комплекс програмних засобів, які забезпечили створення єдиного стилю проєкту, впізнаваність сторінки та адаптацію контенту до вимог цифрового середовища.

Умовно використані інструменти можна поділити на три групи: засоби графічного дизайну, програми для обробки зображень та засоби створення

мультимедійного контенту. Такий підхід дозволив організувати повний цикл виробництва матеріалів – від розробки візуальної концепції до підготовки готових публікацій для соціальних мереж.

Для створення афіш, анонсів інтерв'ю та презентаційних обкладинок використовувалися графічні редактори Canva, Adobe Photoshop та Picsart. Основним інструментом стала Canva, у якій було розроблено базовий шаблон оформлення сторінки. Саме він визначав загальну композицію, розташування текстових елементів та впізнавану стилістику проєкту. Надалі кожна афіша адаптувалася під конкретного гостя зміною кольорової гами, фотографій та окремих графічних елементів, що дозволяло поєднати цілісність оформлення з індивідуальністю кожного героя інтерв'ю.

Adobe Photoshop використовувався для детальної роботи зі світлинами: корекції кольору, усунення візуальних недоліків, покращення якості зображень та підготовки фотографій до публікації. Picsart застосовувався для швидкого редагування контенту безпосередньо на мобільних пристроях, створення обкладинок та додавання текстових елементів. Кожна афіша містила інформацію про гостя, його творчий напрям та, за необхідності, досвід діяльності у косплей-спільноті, що сприяло кращому ознайомленню аудиторії з учасниками проєкту.

Окремим напрямом роботи стало створення мультимедійного контенту. Важливою складовою проєкту став аудіоподкаст, записаний у форматі розмови з косплеєркою, швачкою та неодноразовою переможницею українських фестивалів. Повна тривалість бесіди перевищувала тридцять хвилин, однак з урахуванням особливостей споживання контенту в Instagram матеріал був адаптований до семихвилинного формату. Під час монтажу було збережено найбільш інформативні фрагменти розмови, присвячені розвитку українського косплею, міжнародним фестивалям та особливостям творчої діяльності в умовах сучасних суспільних змін.

Для монтажу відеоматеріалів використовувалася програма InShot, яка забезпечила можливість обрізання фрагментів, додавання титрів, переходів та

інших візуальних елементів. Це дозволило адаптувати подкаст до формату короткого відеоконтенту та зробити його більш динамічним і зрозумілим для аудиторії соціальних мереж.

Для роботи зі звуком використовувалася програма Super Sound. За її допомогою здійснювалося очищення аудіодоріжок від сторонніх шумів, вирівнювання рівня гучності та підготовка запису до подальшого монтажу. Використання окремого аудіоредактора дозволило покращити якість сприйняття подкасту та підвищити професійний рівень мультимедійної складової проєкту.

Отже, поєднання графічних редакторів, програм для обробки зображень, відеомонтажу та роботи зі звуком забезпечило створення цілісного медіапродукту, який відповідає сучасним вимогам цифрових платформ. Використані програмні засоби стали важливим елементом реалізації авторської концепції проєкту.

3.3 Технічне забезпечення виробництва контенту

Реалізація медіапроєкту «Творчість без меж: про сенси, що народжуються у час невизначеності» не потребувала використання професійних студійних комплексів або спеціалізованого обладнання. Однією з особливостей сучасного цифрового медіасередовища є можливість створення якісного контенту за допомогою доступних технічних засобів, що поєднують функції комунікації, збору інформації, створення контенту та його поширення. Саме такий підхід був реалізований у межах цього проєкту.

Основним технічним засобом став смартфон, який виконував одразу кілька функцій. Він використовувався для комунікації з героями інтерв'ю, пошуку потенційних учасників проєкту, запису аудіоматеріалів, створення фото- та відеоконтенту, а також для безпосередньої публікації матеріалів у соціальних мережах. Завдяки мобільності смартфона всі етапи роботи могли виконуватися оперативно та незалежно від місця перебування автора проєкту.

Важливою перевагою використання мобільних пристроїв стала можливість швидкого реагування на інформаційні приводи та підтримання

постійної комунікації з учасниками творчої спільноти. Значна частина організаційної роботи здійснювалася саме через мобільні застосунки соціальних мереж, що дозволяло оперативно погоджувати проведення інтерв'ю, уточнювати деталі публікацій та отримувати необхідні матеріали від гостей проєкту.

Додатковим технічним засобом став ноутбук, який використовувався для підготовки текстових матеріалів, структурування інтерв'ю, роботи з візуальним оформленням, редагування контенту та контролю якості готових публікацій. Робота з текстами та графічними редакторами на більшому екрані дозволяла здійснювати детальніше опрацювання матеріалів і забезпечувати точніше дотримання візуальної концепції проєкту.

Для створення візуального контенту використовувалися вбудовані камери мобільних пристроїв. Фотографії, які застосовувалися для оформлення інтерв'ю та презентації гостей, надсилалися самими учасниками проєкту або відбиралися з їхніх відкритих профілів за попередньою згодою. Такий підхід дозволив продемонструвати широкий спектр професійних робіт українських косплеєрів, фотографів і креаторів.

Важливою складовою технічного забезпечення стали також вбудовані інструменти Instagram. Платформа надавала можливість додавати текстові елементи, субтитри, інтерактивні опитування, реакції та інші засоби залучення аудиторії. Використання цих функцій сприяло підвищенню активності підписників та забезпечувало додатковий рівень взаємодії між автором проєкту й аудиторією.

Практичний досвід реалізації медіапроєкту засвідчив, що сучасні мобільні пристрої та цифрові платформи дозволяють створювати повноцінний медіапродукт без використання складного технічного обладнання. Поєднання смартфона, ноутбука та функціоналу соціальних мереж забезпечило ефективну організацію роботи, високу мобільність і можливість реалізації всіх етапів проєкту в цифровому середовищі.

3.4 Організація виробничого процесу та комунікація з учасниками проєкту

Важливою складовою реалізації медіапроєкту стала організація виробничого процесу та побудова ефективної комунікації з учасниками проєкту. Оскільки основою контенту були інтерв'ю з представниками українського косплей-ком'юніті та суміжних творчих напрямів, особливого значення набули етапи пошуку героїв, підготовки матеріалів, координації співпраці та подальшого поширення контенту.

Робота над кожною публікацією складалася з кількох послідовних етапів. Першим етапом був пошук потенційних гостей через Instagram, TikTok та X (Twitter), аналіз їхньої діяльності, творчих досягнень і рівня залученості в професійну спільноту. Відбір учасників здійснювався таким чином, щоб представити різні напрями косплей-середовища: косплеєрів, фотографів, крафтерів, вігмейкерів, швачок, організаторів фестивалів та інших творчих фахівців.

Після встановлення контакту проводилося попереднє спілкування, під час якого узгоджувалися формат інтерв'ю, тематика запитань, терміни підготовки відповідей і можливість використання фотографій для оформлення публікацій. Такий підхід дозволив сформуванню комфортні умови співпраці та забезпечити високий рівень довіри між автором проєкту й учасниками.

Наступним етапом стала підготовка інтерв'ю. Для кожного гостя формувалася індивідуальний перелік запитань, заснований на аналізі його творчої діяльності. Водночас частина запитань залишалася спільною для всіх учасників, що дозволило порівнювати відповіді та виявляти спільні тенденції розвитку українського косплей-ком'юніті. Така структура забезпечила поєднання персоналізованого підходу та дослідницької системності.

Після отримання відповідей було редаговано текст та підготовлено візуальних матеріалів, створення афіш і фінальне оформлення допису. Важливою складовою роботи стало також погодження матеріалу з гостем перед

публікацією. Це дозволяло уникнути фактичних неточностей та забезпечувало коректне представлення творчої діяльності кожного учасника.

Окрему увагу було приділено плануванню контенту. Публікації розміщувалися послідовно та супроводжувалися анонсами у сторіс, що допомагало підтримувати інтерес аудиторії та забезпечувало регулярність оновлення сторінки. Крім того, аналіз реакцій підписників, кількості переглядів, коментарів і поширень дозволяв визначати теми, які викликали найбільший інтерес серед аудиторії, та враховувати ці результати під час підготовки наступних матеріалів.

Таким чином, виробничий процес медіапроєкту являв собою комплекс взаємопов'язаних етапів – від пошуку учасників і проведення інтерв'ю до оформлення, публікації та аналізу реакції аудиторії. Саме поєднання системної організації роботи та постійної комунікації з творчою спільнотою забезпечило цілісність проєкту та його успішну реалізацію в цифровому середовищі.

Отже, у третьому розділі було проаналізовано технічні, програмні та організаційні аспекти реалізації медіапроєкту «Творчість без меж: про сенси, що народжуються у час невизначеності». Встановлено, що основним середовищем функціонування проєкту стали соціальні мережі, насамперед Instagram, який забезпечив можливість поєднання текстового, візуального та мультимедійного контенту в межах єдиної комунікаційної платформи. Додаткове використання TikTok та X (Twitter) сприяло пошуку героїв проєкту, розширенню професійних контактів і збору інформації про представників творчих спільнот.

У процесі створення контенту було використано комплекс програмних засобів, серед яких Canva, Adobe Photoshop, Picsart, InShot та Super Sound. Їх застосування дозволило забезпечити якісне оформлення публікацій, підготовку графічних матеріалів, монтаж відео та обробку аудіозаписів. Важливу роль у реалізації проєкту відіграли також доступні технічні засоби – смартфон, ноутбук та вбудовані інструменти соціальних мереж, які забезпечили мобільність роботи та можливість виконання всіх етапів виробництва контенту без використання спеціалізованого обладнання.

Окрему увагу було приділено організації виробничого процесу, що включав пошук учасників, підготовку інтерв'ю, комунікацію з гостями, створення візуального супроводу, публікацію матеріалів та аналіз реакції аудиторії. Системний підхід до планування роботи дозволив забезпечити цілісність проєкту, послідовність його розвитку та ефективну взаємодію з представниками творчої спільноти.

Таким чином, поєднання сучасних цифрових платформ, програмних засобів і продуманої організації виробничого процесу створило необхідні умови для успішної реалізації медіапроєкту та досягнення його основної мети – популяризації українських креаторів і висвітлення багатогранності сучасної косплей-культури.

ВИСНОВКИ

У межах кваліфікаційної бакалаврської роботи було досліджено особливості функціонування косплей-спільноти як складової сучасної попкультури України та реалізовано Instagram-медіапроект «Творчість без меж»: двомовний інстаграм-проект про сенси у час невизначеності», спрямований на висвітлення діяльності представників творчих спільнот і популяризацію сучасних культурних практик. Актуальність дослідження підтверджується зростанням ролі цифрових платформ у процесах культурної комунікації, а також необхідністю документування й популяризації творчих ініціатив, що продовжують розвиватися в умовах воєнного часу.

У перебігу дослідження було проаналізовано наукові підходи до вивчення попкультури, фанатських спільнот та культури участі. Встановлено, що сучасна попкультура є важливим соціокультурним середовищем, у межах якого створюються нові форми творчої діяльності, комунікації та самоідентифікації. Особливу роль у цих процесах відіграють цифрові медіа, які забезпечують можливість створення, поширення та обговорення контенту широкими аудиторіями.

Дослідження показало, що українська косплей-спільнота є складним багатокомпонентним середовищем, яке об'єднує представників різних творчих напрямів. До нього належать як виконавці образів, так і фотографи, ретушери, швачки, крафтери, вігмейкери, 3D-моделювальники, організатори фестивалів, контент-мейкери та інші фахівці, діяльність яких забезпечує функціонування спільноти. Встановлено, що косплей в Україні виконує не тільки розважальну функцію, а й сприяє розвитку творчих компетентностей, професійних навичок та культурної взаємодії між учасниками.

У результаті проведення інтерв'ю та аналізу контенту було виявлено, що ключовими мотивами участі в косплей-русі є самовираження, реалізація творчого потенціалу, можливість комунікації з однодумцями та належність до спільноти. Водночас дослідження підтвердило високий рівень адаптивності

українських креаторів до сучасних соціальних умов, їхню готовність освоювати нові технології та розвивати власні творчі проекти навіть в умовах нестабільності.

Особливу увагу в роботі приділено ролі соціальних мереж у популяризації творчих практик. Встановлено, що Instagram виступає інструментом формування професійних зв'язків, розвитку персонального бренду та залучення нової аудиторії. Саме тому ця платформа була обрана як основне середовище реалізації авторського медіапроєкту.

Практичним результатом роботи стало створення та наповнення Instagram-проєкту «Творчість без меж»: двомовний інстаграм-проєкт про сенси у час невизначеності», який об'єднав серію інтерв'ю з представниками українського косплей-ком'юніті та суміжних творчих напрямів. Проєкт дозволив продемонструвати різноманітність професій і творчих практик, представлених у сучасному культурному середовищі, а також створив додатковий майданчик для популяризації українських митців і їхньої діяльності.

Важливим результатом дослідження стало підтвердження того, що українська косплей-спільнота є невід'ємною частиною міжнародного попкультурного простору. Аналіз інтерв'ю показав, що українські косплеєри регулярно беруть участь у міжнародних фестивалях, конкурсах та онлайн-проєктах, співпрацюють із представниками творчих спільнот інших країн, а також представляють власні роботи на глобальних цифрових платформах. Це свідчить про високий рівень професіоналізації українських креаторів та їхню інтегрованість у світові культурні процеси.

Дослідження також дозволило встановити, що соціальні мережі відіграють важливу роль у міжнародній комунікації творчих спільнот. Саме цифрові платформи забезпечують можливість поширення українського контенту за межами держави, сприяють культурному обміну та формуванню позитивного образу України у світовому інформаційному просторі. Представники косплей-ком'юніті не лише адаптують світові культурні тренди, а й створюють власні

творчі продукти, які привертають увагу міжнародної аудиторії та сприяють популяризації української культури за кордоном.

Отже, поставлена мета роботи була досягнута, а визначені завдання виконані в повному обсязі. Отримані результати дають підстави стверджувати, що косплей є важливою складовою сучасної української попкультури та одним із напрямів розвитку креативних індустрій. Завдяки активному використанню цифрових платформ українські творчі спільноти отримують можливість представляти власні досягнення на міжнародному рівні. Це сприяє посиленню культурної присутності України у світі, розвитку міжкультурної комунікації та популяризації українських творчих практик у глобальному середовищі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Adorno T., Horkheimer M. *Dialectic of Enlightenment*. Verso Books, 2016. 288 p.
2. Castells M. *The Rise of the Network Society*. New York : John Wiley and Sons Ltd, 2009. 656 p.
3. Fiske J. *Understanding Popular Culture*. London : Routledge, 2010. 232 p.
4. Hall S. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London : SAGE, 2003. 400 p.
5. Hartley J. *Uses of Television*. Routledge, 1999. 260 p.
6. Hebdige D. *Subculture: The Meaning of Style*. London and New York : Routledge, 1979. 206 p.
7. Hills M. *Fan Cultures*. London: Routledge, 2002. 256 p.
8. Jenkins H. *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. New York : Routledge, 2012. 424 p.
9. Lamerichs N. *Productive Fandom: Intermediality and Affective Reception in Fan Cultures*. London : Routledge, 2025. 244 p.
10. Lévy P. *Collective Intelligence: Mankind's Emerging World in Cyberspace*. Cambridge, Mass. : Perseus Books, 1997.
11. Muggleton D. *Inside Subculture: The Postmodern Meaning of Style*. Oxford: Berg Publishers, 2000.
12. Nederveen Pieterse J. *Globalization and Culture: Global Mélange*. Rowman & Littlefield Publishers, 2009. 196 p.
13. Rojek C. *Event Power: How Global Events Manage and Manipulate*. SAGE Publications Ltd., 2013.
14. Storey J. *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction*. London : Routledge, 2024. 328 p.
15. Williams R. *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society*. HarperCollins Publishers, 1988. 260 p.

16. Winge T. Costuming the Imagination: Origins of Anime and Manga Cosplay.
Mechademia Second Arc. 1(1):65-76. 2006.

ДОДАТКИ

Додаток А

Інтерв'ю з Kudo

Косплеєм Кудо займається вже восьмий рік, а понад три з них присвячує себе вігмейкерській справі. Серед багатьох її хобі саме це стало тим, що посправжньому захопило й переросло у щось більше, ніж просто захоплення. Для неї бути вігмейкером – це не лише про роботу, а про можливість і щире бажання створювати красу разом із замовниками. Вона щоразу в захваті від проєктів, до яких змогла докласти руку, і радіє результатам людей, які довірилися їй.

– Ваша улюблена частина процесу вкладання, та яку перуку згадуєте з «теплом».

Моя улюблена частина – це закінчення роботи, коли можна почати додавати деталі, котрі створюють індивідуальність перуки та перетворюють її в повністю чисту й охайну роботу. Дуже люблю, коли все обережно викладене та на своїх місцях і нарешті можна побачити готову картинку.

– Як зрозуміти термостійка перука чи ні? Та яку краще обирати?

Стандартні перуки витримують приблизно до 190 градусів. Перуки з Futura волокна витримують до 210–220 градусів, таке волокно найчастіше використовується для лейс-фронтів, тому дуже часто їх складніше гофрувати, ніж звичайні перуки. Завжди користуйтеся плойками та гофре з терморегуляцією – це полегшить вам роботу та покращить якість гофре, допомагаючи не спалити волокно перед початком укладки.

Для гофре можна використовувати межові температури, головне – спостерігайте за реакцією матеріалу. Для подальшої укладки краще користуйтеся температурами на 20–30 градусів меншими.

– Яку пораду можете залишити читачам?

Ніколи не купайте перуки в засобах для пом'якшення синтетичних тканин – це зіпсує структуру волокна, і пластик перуки дуже швидко почне розкладатися та ставати масляним. Мала змогу наглядно порівняти волокна перуки, яку не чіпали 9 років в пакеті, і перуку, якій 5 років, купану з ополіскувачем, тому просто не треба. Використовуйте прості засоби без олій, не призначені для тканин.

Додаток Б

Інтерв'ю з Акі

Для неї перуки – це щось особисте. Вона не хоче створювати їх на рівні заводу – для неї це спосіб проявити себе й допомогти людям зробити свої косплеї ще кращими.

– *Які процеси вкладання найскладніші і на які потрібно більше часу?*

особисто для мене найскладнішим є проклейка каркасів, роблю рідко тому що це дуже важко, треба декілька шарів канекалону і по факту робити одне й те саме, таке собі.

– *Порівняйте, вашу першу перуку і останню, яка зміна найбільша?*

Ще б пам'ятати ту першу перуку ахах, зі змін певно що знайшла стиль в якому мені комфортно вкладати, перуки стали деталізованими та більш обережнішими.

– *Як знайшли свій стиль?*

Свій стиль прийшов до мене якось сам, робила все виключно так як я відчувала і як мені подобалось, з часом просто робила акуратніше от і вийшло як є зараз

– *Канонічність чи більше деталей?*

Я за деталізовану канонічність, не люблю фігурні чітко оригінал перуки як шапочка з «лего», роблю більше під натуральне, але і додавати від себе деталі якісь, яких немає в каноні - по випадку, бо десь щось може бути доречним і навпаки

Додаток В

Інтерв'ю з Ліміткою

Вона – Лімітка. Понад 12 років займається косплеєм і крафтом, перетворюючи ідеї на детальні, продумані образи. Також шиє костюми та вкладає перуки, проте основний фокус зосереджує саме на крафті та публічній діяльності.

Лімітка проводить лекції, веде YouTube і створює туторіали, де ділиться досвідом та практичними знаннями. У її соцмережах – багато корисного контенту, який легко «поцупити» й адаптувати для власних косплей-проектів

– Які інструменти для крафту – «друзі», а які краще лишити осторонь?

Немає «поганих» інструментів – усі вони для чогось корисні. Окрім неякісних струбцин. Неякісні струбцини – зло, краще викинути. Також не поспішай купувати дорогий інструмент – спробуй його у друзів або протестуй дешевші аналоги. Вивчи всю доступну інформацію в мережі, перш ніж приймати рішення. І не забудь на «решту» придбати засоби індивідуального захисту: якісний респіратор, окуляри, халат.

– Доповніть речення: «Найскладніше і найважливіше для косплеєра — це...» Чому?

...Самому визначати, що для вас найважливіше.

Розгортаючи думку: косплей – це мистецтво (і мене неможливо переконати в зворотному). Визначати напрям свого мистецького розвитку потрібно самостійно.

Замовник може прийти – а може й ні.

Косплеєри можуть запросити в проєкт – а можуть зробити його без вас.

Коментатори можуть підтримати – або проігнорувати.

Чужа думка, чужий шлях і чужий досвід – те, чим вони є.

– Де і як знаходити позитив, незважаючи на критику?

Важливо відрізнити критику (запрошену експертну оцінку) від хейту (непрохану негативну думку). І також – критику роботи від критики особистості.

Додаток Г

Інтерв'ю з Весняною

Весняна – людина яка володіє фоаміром, тканиною, нитками роблячи з цього і справжню костюмовану магію. Її роботи блищать на сцені, а навички захоплюють глядачів.

– Чим відрізняється крафт на сцена та для зйомок?

Ну, оскільки в мене ще невеликий досвід у косплеї, кожен свій костюм я робила під фестиваль. Тому з точки зору крафтера скажу, що без різниці – на сцену чи тільки для фотозйомки – усе має бути охайним.

Так, звісно, якщо це тільки для фото, то магією фотошопу всі нерівності та косяки можна прибрати. Але й зі сцени всіх косяків може бути не видно.

Проте, на мій погляд, краще щось спростити, але зробити так, аби виглядало охайно. Якщо це крафт, то без шматків клею й розводів від фарби. Якщо це шиття, то без стирчачих ниток і нерівних швів. Це завжди виглядатиме більш виграшно як на фото, так і на сцені.

– Які було невдачі та чому вони навчили?

Загалом усі невдачі, з якими я стикалась, – це просто брак досвіду. Десь на початку крафтерського шляху не тримали шви, десь негарно лягала фарба, але шляхом спроб і помилок це все вирішувалося.

Тож треба просто більше часу, щоб протестувати різні матеріали на різних виробках і знайти те, що на 100 % працюватиме саме для вас або для поточного проекту невдачі давали більше розуміння тонкощів процесу. Бо тепер я знаю, як робити не треба

Яскравий приклад – це блискавки на костюмі Зайри. Через те, що це фулсьют з ЕВА, блискавки клеїлися просто до костюма й від постійного використання дуже швидко почали відклеюватися. Тож на всі подальші костюми, де є блискавки на ЕВА, я почала дошивати вздовж самої блискавки з обох боків ще шматочки тканини десь по 5 см. Це дає більшу площу для клею, і тримаються вони міцніше.

Так само й зі швами на обладунках, коли я робила Орін. Через специфіку її обладунку я робила його з дуже тонкої ЕВА 2 мм. Тестові моделі, які я вдягала вдома, виглядали добре – аж допоки я не починала рухатися, бо вони просто не витримували цих рухів, і ЕВА рвалася. Тож довелося всі шви додатково укріплювати з внутрішньої сторони тканиною та ворблєю.

Додаток Д**Інтерв'ю з Лука**

Механізми, діоди, каркаси. Лука - людина яка змусить фоаміран дихати, а стікляшки горіти як очі.

– Як працювати з механізмом, та яким процесам з ними віддаєш перевагу?

Насправді дуже просто тому що дуже багато готових рішень. Треба один раз зібрати схему керування-живлення-сервопривод і далі просто модифікувати керування в коді.

Я, в основному, дію так:

1. Прикидаю який об'єм я можу заховати і що ще треба з електроніки (дим, світло, звук, т.п.). Таким чином обираю живлення
2. Прикидаю в голові схему рівня "сюда моторчик туди світляшку". Оформлюю її в тінкеркаді якщо доведеться щось програмувати.
3. Збираю схему окремо від крафту, тестую.
4. Кріплю в крафт

– Які можеш виділити основні правила роботи з об'ємним, великим крафтом?

а) думай про вагу. Коли проектуєш каркаси не завжди хороша ідея накинути матеріал потовще щоб «точно вистачило»; б) думай про збірку і транспортування. Крафт більше 2 метрів не влазить в машину); в) не переускладной. Не думай інженерними категоріями типу довговічності і зносів на тертя чи пасивну втрату заряду. Пережило фест і слава богу” г) «не вирішуй проблеми яких нема». Перед тим як щось оптимізувати по вазі/розміру/міцності тричі подумай чи реально ці покращення варті долаткового часу і складності.

Додаток Е

Інтерв'ю з Оріон

Оріон у косплеї вже понад 10 років. Увесь цей час вона активно займається творчістю, приділяючи увагу як виготовленню хендмейд-елементів, так і виступам на фестивалях, фотосетах та постійному самовдосконаленню. Їй важливо не лише розвиватися, а й спостерігати за досягненнями інших учасників спільноти – як у ролі учасника, так і члена журі.

– Яка робота зайняла найбільше часу і чому? Дивлячись назад, щось змінили б?

Насправді дуже важко визначитись, бо було декілька робіт, які робилися роками з проміжками. Не через складність, а через мою загальну завантаженість.

Я б скоріше відповів, яка робота була "найінтенсивнішою" у виготовленні і при цьому зайняла все ще багато часу: це безумовно Відьма Заходу по артам Сакізо. Зараз я б продумав додаткові способи переносу спідниці між локаціями. Бо щоб не забруднити і не пошкодити, це прийшлося робити в руках.

Наскільки мені відомо, таке вже (на щастя для всіх нас) вигадали у весільних салонах.

– Ви були журі, на що спираєтесь оцінюючи крафт інших?

Охайність. Це справді база, на яку варто дивитись в першу чергу. Ця база завжди вартує додаткових зусиль і часу.

Це завжди довша і тернистіша стежка, яка зростає як сніжний ком на точному етапі створення. Один пропущений шов або закріплення може вартувати повністю «провального» костюму.

Звичайно, ще звертаю увагу на співвідношення з каноном, пропорції, навички пофарбування і наявність рідкісних чи складних технік.

Додаток Ж

Інтерв'ю з Reo – Odis

Косплеєр, що настільки хотіла виглядати гарненько на зйомках, що стала міжнародним вігмейкером.

Ваше улюблене хоббі обов'язково стане вашою роботою, якщо ви докладете любові та зусиль!

© Reo-Odis

– З чого почалось ваше вігмейкерство, помилки, перемоги та як не опускати руки?

На жаль чи на щастя фото більшості моїх перших робіт не збереглися, але починалось все як в більшості:

2018 рік, гарячий клей та нещасна перука з аліекспресу, якій дісталось попасти саме в мої руки, хаха

Два роки апатії з думками, що то не моя справа і в мої руки потрапляє щось неймовірне: перука Джорно від чудової Natsumi_cosplay, яка грандіозно стоїть в моїй майстерні та тішить мене своєю присутністю. Натсумі була та є моїм велетенським натхненням в цій сфері, навіть з тим, що наш стиль відрізняється, але факт присутності такої талановитої майстрині в Україні та її титанічний труд та фантастична якість робіт дали мені поштофх до того, щоб також спробувати себе в цій сфері)

Тому в 2020- 2021 році почались мої +-перші поштовхи роботи в цій сфері і на початку повномасштабної війни в мене випала неймовірна можливість з допомогою чудових людей, почати свій шлях в роботі на міжнародній арені)

Нині я фіксуюсь саме на закордонних замовленнях, бо це дає шлях до більшого розвитку та просуванню Українського контенту в світ та можливості розповідати про події, що відбуваються в нашій країні.

Ніколи не опускайте руки, в мене все ще лежить десь та немічна білява перука, яка варварськи заклеєна гарячим клеєм в надії, що це магічним чином перетвориться в неймовірний каркас, хаха.

– Який контент робити вігмейкеру, аби знайти свою аудиторію? Як ви будували свій власний?

Ведіть комунікацію з клієнтами. Це певно одна з найважливіших частин роботи, бо дружня комунікація з клієнтами та вирішення можливих конфліктів- прямий шлях до отримання схвальних відгуків, відміток вас на фото та рекомендації вас іншим людям. Будуйте міцний фундамент довіри з постійними клієнтами, це працює значно краще ніж мільйони переглядів та тисячі лайків на постах. Відгуки в профілі від щасливих власників перук- найкрутіша реклама, яку собі можна уявити!

Додаток 3

Збірник порад від фотографів

В пості описується як краще знімати підводні зйомки та залучені фотографи Ева Давидова та Кеї.

Поради від Фотографа Eva Davidova

- *Як фотограф має готуватися до підводних зйомок і до чого бути готовим?*

На такі зйомки потрібна якісна, дорога, техніка!

Під водою темно, простір стискається і необхідний ширококутний світлочутливий об'єктив, різкий, та швидкісний.

Наприклад Canon EF 24-70 мм f/2.8L II USM. Так само потрібна хороша камера зі швидким затвором, і гарним шумозаглушенням. На знімок у вас буде всього кілька секунд, краще знімати в режимі швидкісної зйомки.

Насамперед потрібно розуміти, що такого роду фотосесії мають вкрай обмеження можливості. Ви не можете вибрати ракурс. Ви не можете підійти і виправити щось, що вам заважає. Навіть при виборі світла ви дуже обмежені. Ви знімаєте з однієї точки і насправді можете тільки ловити зручний момент.

Інтерв'ю з Noel Volye

Noel Volye, у косплеї вона вже з тих часів, коли по планеті ще ходили динозаври – приблизно з 2014 року. За професією Noel дизайнер/ретушер, також займається вігмейкінгом.

1. Як створювати косплей контент для соцмереж? Та якому ви надаєте перевагу?

Мені цікаво пробувати різні формати і дивитися на реакцію людей – що їм більше відгукується, що викликає більше емоцій. Але притримуюсь своєї стратегії і стилістики

- у фото з моїм bitchy resting face, або смішні рілси з тік токами

2. Як підбирати студії, референси для косплей зйомок?

Перше, з чого все починається – це натхнення. Зазвичай воно приходить від самої гри або аніме. Я переглядаю кадри з аніме чи гри, звертаю увагу на атмосферу, кольори, освітлення, якісь характерні сцени, які можна було б взяти.

Після цього йду надихатись в Пінтерест

Там можна подивитися різні ідеї, роботи інших косплеєрів, фан-арти або просто схожі за настроєм фотографії. Дуже важливо – обговорюйте свої ідеї зі своїми близькими, це розвине вашу уяву і дасть новий погляд, що може покращити результат

3. Алгоритм дій для кайфової і продуктивної фотозйомки?

По-перше – бажано виспатись. Серйозно. Це звучить банально, але коли ти не схожий на зомбі, то і самопочуття набагато краще, і фото гарніші, ахах

Для того, щоб усе пройшло максимально приємно і комфортно, варто підготувати всі речі ще з вечора. Бо часто на зйомку забуваються деякі деталі костюму або реквізиту.

4. Як розподілити час між: створенням косплею, зйомкою та просуванням у соцмережах?

У мене є приблизний план, якого я намагаюсь дотримуватися. Навіть якщо фотосесія ще не відбулась, я вже приблизно розумію, коли ці фотографії будуть виходити у соцмережах. Це допомагає не панікувати і не намагатися зробити все одночасно.

Додаток Л

Аудіо запис радіо подкасту з Togu, розмова на тему українських фестивалів та порівняння їх з міжнародними.

Додаток М**Інтерв'ю з Mar Mar**

Mar Mar, косплеєрка та крафтерка зі Львова. В косплей спільноті з 2017 року. З її напарницями вже 3 роки поспіль займають призові місця на Дайсконі. Також в складі майстерні Chiwi Workshop.

– З якими матеріалами довелось роботами задля більшої деталізації і канону? Скільки на це йде часу?

До того, як я почала займатись крафтом в мене був невеличкий магазин виробів з епоксидної смоли. Тому перші мої крафти які я створювала були з епоксидної або фотополімерної смоли. І різноманітних матеріалів для манікюру. Бо все що підходить для декорування нігтів чудово підходить для прикрас і відповідно для крафту.

– З чим би ви хотіли попрацювати в майбутньому? З чим працюєте зараз?

В мене є хоббі, яке не зовсім пов'язане з косплеєм. Але я дуже хочу поєднати його з декількома моїми проектами. А саме я роблю шарнірних ляльок BJD. І в мене є два проекти, де я б хотіла зробити собі маленьких напарників. Тобто спочатку костюм та крафт собі та потім ще декілька мініатюрних комплектів.

– Порада від вас до читачів?

Техніка безпеки це не пересторога. Це буквально необхідність, яка дає вам можливість продовжувати займатись улюбленою справою. Як людина у якої в списку улюблених матеріалів буквально кожен з поміткою токсично скажу на власному досвіді – легені викашлювати не весело. Навіть якщо з першого та другого і навіть третього разу ви нічого не відчули, наш організм має властивість накопичувати токсичні речовини. І в якийсь момент наслідки прийдуть. Тому читаєм всі надписи на баночках, та дотримуємося всіх інструкцій.

Додаток Н

Інтерв'ю з Yudeejee

Yudeejee косплеєрка зі Львова та є крафтеркою з майстерні Chiwi Workshop. З косплеєм познайомилася ще в 2018 році, але більш професійно почала цікавитися з 2021 року.

– Детальність чи масштабність, чому надаєте перевагу?

Для мене важливу роль відіграє деталізованість костюму і те наскільки точно ми можемо відтворити той чи інший костюм, особливо виходячи з тих ресурсів які є нам доступні.

Чому не масштабність? На мою суб'єктивну думку та випадки на досвіді - коли ми беремся за масштабні великі проекти іноді ми пропускаємо деякі моменти. Іноді спостерігала випадки коли косплей був величезний, але якість чи акуратність виконання трошки були гіршими.

– Найскладніший процес і з чим він пов'язаний?

Найскладніший процес для мене це побудова любої викрійки. Мені важко вдається сам старт побудови, але все ж головне почати і уважно врахувати всі нюанси, щоб на примірці все зійшлося.

– Як 3д друк допомагає і чи можна це вважати теж частиною крафтової роботи?

З появою 3д-друку ми маємо змогу економити найцінніший наш ресурс, а саме час.

Звісно, що 3д-друк це є повноцінний крафт. Який би ви не мали принтер, але навіть самий досконалий фотополімерний друк потребує очистки, обробки та підготовки до фарбування. А для того, щоб не обмежувати себе лише покупними модельками потрібно освоїти 3д-моделювання.

– Лайфхак від вас?

Не впевнена чи можу принести щось нове, але є деякі речі які трішки можуть спростити роботу.

Уважно звертайте увагу на тубики фарби, яку ви купуєте. Так ви можете передбачити те як лягатиме вам фарба на виріб.

Якщо ви бачите :

+ (або пустий квадратик) – це дуже прозоре покриття

++ (наполовину заповнений квадратик) – середнє перекриття

+++ (замальований квадрат) – щільне перекриття.

Додаток II

Інтерв'ю з Бурсія

Бурсія займається вігмейкерством вже сьомий рік – створює укладки для косплей-перук, які вирушають до своїх власників по всьому світу.

– *Який етап вкладки є «десертом»?*

Найулюбленіший етап в укладці для мене — це стилізація лицьової частини перуки: чубчика та бокових прядок. Найбільше люблю викладати «пісюнки», які роблять перуку унікальною та реалістичною, підкреслюючи особистий стиль майстра

– *Що найголовніше для просування себе як майстра?*

Для просування себе як вигмейкера найважливіше — мати якісне портфоліо, бути активним у соцмережах і чітко комунікувати з клієнтами. Важливо показувати не лише готові роботи, а й процес, деталі, себе як майстра. Люди обирають не тільки перуку, а й людину, якій довіряють

– *Які матеріали для вігмейкерства «друзі», а яких краще уникати?*

– *Ось такий собі чек лист.*

З того, що потрібно мати на старті:

- Голова-манекен з вашими мірками та штатив з можливістю нахилу
- Шпильки для закріплення перуки на манекені
- Плойка-гофре та звичайна плойка з термо режимом
- Парогенератор(бажано мати, адже він дуже спрощує роботу)
- Фен
- Затискачі
- Лак з суперфіксацією (got2b, shwartzkopf рожевий 4 кашемір)
- Гребінці (тоненький та для розчісування довжини)
- Клей uhu transparent, дракон (для крайової/каркасів)
- Перукарські ножиці (так, бажано саме їх, адже ваша кисть скаже вам дякую(раджу ще й як перукар) На початку свого шляху я купила найдешевші за 200грн і вони мені прослужили десь 3-4 роки без заміни і заточки)

А тепер з того, що категорично не можна застосовувати в перуках:

- Бігуді на липучці (вони заплутаються в волокні і...і все, ніяких гарних локонів)
- Гелі (вбивають перуку, роблячи її непридатною для реставрації)
- Плойки без терморегіму (можуть спалити навіть термостійке волокно)
- Щітка браш (також заплутаються у волокні і може бути біда)
- Щітка з металевими зубцями з кульками (чіпляє та витягає волокно)
- Шампуні/кондиціонери/олії (не купайте ваші перуки, в цьому немає ніякого сенсу і це тільки шкодить якості волокна)

Додаток Р

Інтерв'ю з Kuvira

Kuvira – косплеєрка та вігмейкер.

– *Чи існує спосіб підібрати гарну базу під вкладання? Як обираєте ви?*

Зазвичай досвідчені вігмейкери мають свої улюблені магазини з базами на тао і замовляють там. Якщо просто купувати щось нове, то хороша база не має записин і щільно прошита, сітка повинна бути старого зразка (там де добре видно тресси) і канікалон не повинен сильно блищати, це можна подивитись по відгукам.

– *Який вид вкладання вам найбільше подобається та найчастіше використовуєте?*

Мені подобається як працюють китайські вігмейкери і я на це орієнтуюсь. Можу сказати що «не подобаються» об'ємні укладки де не профіліроване волосся.

– *Як почати свій шлях майстра вігмейкера, які складнощі очікують та з якими зіштовхнулись ви?*

Починайте з вкладання своїх перук по туторіалам вігмейкерів, стиль яких вам подобається, щоб набити руку. Гляньте чи всі інструменти, які вони використовують у вас є, це дуже важливо. Бо у вас може щось не виходити, через те що просто нема якогось інструменту, чи ви не правильно їх використовуєте. Наприклад у вас занадто крупне гофре, чи ви перепалюєте канікалон на високих температурах, чи прядки занадто щільні і не тримають форму. Багато штук і технік руками просто прийдуть з досвідом, тому щоб набити руку потім можете просто в ціну матеріалів повклатати перуки друзям наприклад для того, щоб були роботи в портфолію.

Додаток С**Інтерв'ю з Mikell Di**

Мікель, вігмейкер з Харкова. Перуки вкладає вже два роки, але активно робить їх і веде соціальні мережі рік.

– *Як знайти «свій стиль» і чи це необхідно кожному майстру?*

Свій стиль сам приходиться до тебе навіть якщо ти будеш повністю робити по-туріалу одного з Майстерів. Я особисто беру різні ідеї від різних майстрів, поєдную воедино, додаю щось своє та виходить щось нове та авторське.

– *Чим найбільше зараз пишаєтесь?*

Зараз Я пишаюся тим, що у мене дуже сильно за рік просунувся скил у перуках та у мене вийшло дуже добре розкрутитися в цій справі. Я дуже тішуся, коли мої замовники говорять, як їм сильно подобаються мої перуки та вважають це щось з чимось, але особисто я думаю що мені є куди прагнути)

– *Яку пораду ви б дали самі собі на початку шляху?*

1. Не засмучуватися якщо щось пішло не так та продовжувати далі цю справу.
2. Краще недостригти ніж перестригти, тому робіть завжди свої перуки з запасом.

Додаток Т

Інтерв'ю з Накі

Накі – косплеєрка та вігмейкерка, яка почала свій шлях у 2020 році. Вона спеціалізується на укладанні перук. У своїх роботах Накі прагне передати характер і історію персонажа.

– *Як починала косплей шлях? Що тоді найбільше мотивувало?*

Я починала свій шлях як косплеєра в 2020 році)

Насправді тоді мене підбила подруга і я загорілася ідеєю зробити косплей. По більшій частині, я вела ефіри в тік тоці, ну і загалом нікуди не виходила, бо місто де я жила було маленьким. Незважаючи на це мені дуже подобалось цим займатися.

А що мене мотивувало... на той час мабуть любов до персонажів та думки про те як я в майбутньому буду ходити на фестивалі, ну... і загалом емоції які я отримувала.

– *В чому секрет косплей макіяжу?*

Я дуже люблю макіяж для косплею. В моєму випадку я роблю акцент на очах, це мабуть і є частина мого стилю макіяжу. Я прям вимальовую все та намагаюся максимально зробити очі виразними.

Я люблю малювати маленькі деталі та якимось доповнювати мій макіяж, до прикладу кольоровими віями.

Загалом, чоловічий і жіночий макіяжи в мене дуже відрізняються. Жіночий макіяж я завжди намагаюся робити яскравим, з багатьма блискітками та накладними віями, а от чоловічі трохи стриманіше, але я відіграюся на лайні, щоб очі були більш схожі з моєю уявою. Мене не рідко просили записати кілька туторіалів, але я завжди в процесі забуваю знімати.

Додаток У

Мао – діяльність всередині косплеї спільноти.

– *Як впливає оточення на творчу діяльність? Розкажи про досвід.*

Взагалі, саме в моєму випадку дуже позитивно, я дружу з багатьма творчими людьми, вони мене надихають на нові роботи.

Знаєш, ці люди як запальнички, бо завжди ловиш маленьке натхнення на щось масштабне!

Якщо б зараз не люди, з якими я спілкуюсь, думаю я б давно потухла до цього всього, як це було на початку, бо я ні з ким майже не дружила, не знала як себе розвивати та як діяти.

Але зараз все навпаки, я хочу йти далі та розвиватись, я дуже вдячна всім хто є в творчій діяльності, серйозно

– *Найвеселіший момент на фестивалі?*

Взагалі, не сказала б що є прям дуже веселе, лиш пам'ятаю на хебі як ти до мене підбігаєш, я тобі компліменти за костюм кажу, а потім дістають камеру і ти кажеш «а всьо.. я тебе зловив, ти тепер частина інтерв'ю», сокоплеер у шоці, я теж, але це було цікаво та весело!

Додаток Ф

Інтерв'ю з Niel

Ніель, займається косплеєм і вже кілька років робить перуки на замовлення. Для неї це не просто робота, це те що надихає і являється спільною творчістю

– *Які техніки вкладання існують і яка ваша провідна?*

У вігмейкерстві немає чітко визначених технік укладки, як у перукарстві, де існують окремі техніки стрижки чи завивки. Деякі перукарські прийоми можна адаптувати для роботи з перуками, але вони не завжди підходять без змін.

Вігмейкери працюють з синтетичним волокном, для якого підходять тільки температура та засоби фіксації (лаки, пінки, клей для проклейки), а підхід залежить від бажаного стилю та форми. Тому замість «технік» у цій сфері доречніше говорити про стилі укладки.

– *Як майстру вігмейкеру грамотно створити прайс?*

Для розрахунку вартості варто враховувати все, що ви використовуєте: від лаку та інструментів, які час від часу замінюються, до гарячого клею чи пакування. Ідеально – додати й витрати електроенергії. Це базова частина ціни.

Далі це ваша робота: кілька разів відстежте скільки часу займають різні типи перук, і перерахуйте це у робочі дні. А тоді вже можна вирішити, скільки ви хочете отримувати за день своєї праці.

– *Який вид вкладання улюблений?*

Я пробувала різні стилі укладки для окремих замовлень, мій стиль і донині ще формується, але з часом зрозуміла, що найбільше люблю натуральні та деталізовані образи. Саме такий результат хочу бачити на своїх замовниках.

АНОТАЦІЯ

Коваленко А. М. «Творчість без меж»: двомовний інстаграм-проект про сенси у час невизначеності»

У кваліфікаційній бакалаврській роботі досліджено особливості функціонування косплей-спільноти як складової сучасної попкультури України та роль соціальних мереж у популяризації творчих практик. Проаналізовано теоретичні підходи до вивчення попкультури, фанатських спільнот і цифрових форм культурної комунікації. Розглянуто специфіку розвитку українського косплей-руху в умовах воєнного часу, його інтеграцію у міжнародний культурний простір та участь українських косплеєрів у закордонних фестивалях і конкурсах.

У практичній частині роботи проведено серію інтерв'ю з представниками української косплей-спільноти та суміжних творчих напрямів, зокрема косплеєрами, фотографами, майстрами з виготовлення костюмів, вігмейкерами, крафтерами та організаторами фестивалів. На основі отриманих результатів розроблено та реалізовано Instagram-медіапроект «Творчість без меж: про сенси, що народжуються у час невизначеності», спрямований на висвітлення діяльності українських творчих спільнот, популяризацію їхнього досвіду та формування позитивного образу сучасної української креативної культури.

Дослідження підтвердило, що косплей є багатofункціональним культурним явищем, яке поєднує творчість, самовираження, соціальну комунікацію та професійний розвиток. Встановлено, що соціальні мережі виступають ефективним інструментом популяризації творчих ініціатив, розширення аудиторії та інтеграції українських митців у міжнародне культурне середовище.

Ключові слова: попкультура, косплей, фанатські спільноти, соціальні мережі, Instagram, медіапроект, творчі практики, цифрові медіа, культурна комунікація, міжнародна культурна взаємодія, креативні індустрії.

ANNOTATION

Kovalenko A. M. «Creativity Without Limits: A Bilingual Instagram Project Exploring Meaning in Uncertain Times»

The bachelor's qualification thesis examines the functioning of the cosplay community as a component of contemporary Ukrainian popular culture and explores the role of social media in promoting creative practices. The study analyzes theoretical approaches to the understanding of popular culture, fan communities, and digital forms of cultural communication. Particular attention is paid to the development of the Ukrainian cosplay movement during wartime, its integration into the international cultural space, and the participation of Ukrainian cosplayers in international festivals and competitions.

The practical part of the research includes a series of interviews with representatives of the Ukrainian cosplay community and related creative fields, including cosplayers, photographers, costume makers, wig makers, crafters, and festival organizers. Based on the obtained results, the Instagram media project *“Creativity Without Limits”: A Bilingual Instagram Project Exploring Meaning in Uncertain Times* was developed and implemented. The project aims to highlight the activities of Ukrainian creative communities, promote their experience, and contribute to the positive representation of contemporary Ukrainian creative culture.

The research confirms that cosplay is a multifaceted cultural phenomenon that combines creativity, self-expression, social communication, and professional development. It has been established that social media serve as an effective tool for promoting creative initiatives, expanding audiences, and facilitating the integration of Ukrainian artists into the international cultural environment.

Keywords: popular culture, cosplay, fan communities, social media, Instagram, media project, creative practices, digital media, cultural communication, international cultural interaction, creative industries.