

Факультет журналістики
Кафедра журналістики та нових медіа

**КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА**

Факультет журналістики
Кафедра журналістики та нових медіа
БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**СТВОРЕННЯ НОВИННОГО КОНТЕНТУ ДЛЯ УКРАЇНЦІВ У ЗАГРЕБІ
(РОЗРОБЛЕННЯ ІНСТАГРАМ-МЕДІА)**

Здобувача першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти
групи ЖУРБ-2-22-4.0д.
галузі знань 06 Журналістика
спеціальності 061 Журналістика
освітньої програми 061.00.01
Журналістика
Журавльової Поліни Миколаївни

Використання чужих ідей,
результатів і текстів

мають посилання на відповідне
джерело

(підпис студента) (ініціали, прізвище)

Допускаю до захисту перед ЕК

І.В. Погребняк,

завідувач кафедри журналістики та нових медіа

Науковий керівник: : Колісник
Ю.В.,

доктор наук із соціальних
комунікацій, професор кафедри
журналістики та нових медіа

Розширена шкала

Кількість балів:

Оцінка: ECTS

Голова комісії

(підпис) (ініціали, прізвище)

Члени комісії

(підпис) (ініціали, прізвище)

(підпис) (ініціали, прізвище)

(підпис) (ініціали, прізвище)

м. Київ – 2026 рік

ЗМІСТ

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА	3
1.1 Обґрунтування актуальності проекту	3
1.2 Мета і завдання кваліфікаційної роботи.....	4
1.3 Перелік методів здійснення творчого пошуку.....	5
II. СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОЄКТУ «UkrZagreb»	9
2.1. Теоретико-методологічні засади	9
2.2. Структура і рубрикація медіапроєкту	11
2.3. Контент та засоби виразності	14
2.4. Технічні й програмні засоби	16
2.5. Сфера застосування та результати апробації	17
2.6. Висновки	19
III. СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	22
IV. ДОДАТКИ	24
V. АНОТАЦІЯ	38

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1.1. Обґрунтування актуальності проєкту

Повномасштабна війна спричинила суттєві зміни в житті українців, зокрема активізувала процеси вимушеної міграції до інших держав. Це вплинуло на формування нового соціально-комунікаційного середовища та трансформацію медіапростору. Люди, які проживають за межами Батьківщини, стикаються з потребою підтримувати зв'язки між собою, оперативно отримувати важливі відомості та зберігати культурну ідентичність.

За даними статистичного порталу Eurostat, станом на початок 2026 року понад 4,4 мільйона громадян України перебувають під тимчасовим захистом у Європейському Союзі [10]. Це свідчить про масштабність міграційних процесів та формування нових спільнот за кордоном, зокрема в Хорватії, де кількість українців є відносно невеликою [Додаток А].

Особливо актуальною ця проблема є для новосформованої спільноти в Загребі. За таких умов зростає роль медіа, які сприяють поширенню актуальної інформації та підтримці зв'язків між представниками громади.

У сучасному цифровому середовищі вагомого значення набувають соціальні мережі, які забезпечують швидке поширення новин, безпосередню взаємодію з аудиторією та оперативне повідомлення про важливі події. Вибір Instagram для реалізації власного проєкту зумовлений можливістю поєднувати інформаційні, візуальні та інтерактивні формати комунікації. Доцільність використання цього ресурсу для поширення журналістського контенту підтверджує Н. Семен, яка розглядає Instagram як ефективний інструмент популяризації матеріалів і взаємодії з аудиторією [5, с. 74–78].

З огляду на це, у межах дослідження було створено авторський проєкт UkrZagreb, спрямований на висвітлення подій та ініціатив, пов'язаних із життям українців у Загребі. Його зміст охоплює культурні заходи, освітні

можливості, соціальні ініціативи, зміни в законодавстві та практичні відомості, значущі для цільової аудиторії.

Вибір Загреба як територіального фокуса дослідження зумовлений наявністю в місті спільноти вихідців з України та можливістю детально розглянути особливості формування локального інформаційного середовища. У межах проекту створюються текстово-візуальні матеріали, що поєднують новинний, довідковий і культурний компоненти. Такий підхід дає змогу подавати контент у впорядкованому форматі, полегшувати навігацію сторінкою та забезпечувати швидкий доступ до потрібних матеріалів.

Таким чином, Instagram-медіа UkrZagreb є актуальним для української громади в Загребі, оскільки забезпечує оперативне інформування про важливі події, сприяє комунікації між представниками спільноти та формує доступний локальний новинний простір.

1.2. Мета і завдання кваліфікаційної роботи

Мета роботи – дослідження особливостей створення новинного контенту для українців у Загребі та розроблення Instagram-медіа UkrZagreb як сучасної цифрової платформи для оперативного інформування української спільноти про актуальні події, ініціативи та можливості.

Завдання:

1. Дослідити інформаційне середовище українців у Загребі, охарактеризувавши основні ресурси, орієнтовані на цю спільноту.
2. Проаналізувати особливості подачі інформації в українських медіа та сучасних цифрових платформах.
3. Дослідити можливості Instagram як сучасної платформи для створення та поширення новинного контенту.

4. Розробити концепцію авторського Instagram-проєкту UkrZagreb, визначити цільову аудиторію, формат контенту та принципи його структурованої подачі.
5. Підготувати та опублікувати вступний інформативний допис для презентації авторського проєкту UkrZagreb.
6. Створити та опублікувати новинний контент для Instagram-проєкту UkrZagreb і проаналізувати ефективність його функціонування за показниками охоплення аудиторії, кількості переглядів, рівня залученості користувачів (вподобання, коментарі, поширення та збереження публікацій), приросту підписників і зворотного зв'язку.

Основна концепція – Instagram як сучасне цифрове медіа для оперативного поширення новинного контенту про життя українців у Загребі, актуальні події, суспільні ініціативи, культурні заходи та важливу практичну інформацію для представників української спільноти.

Місія – полегшити доступ українців у Загребі до актуальної та зрозумілої інформації через створення сучасного Instagram-медіа, орієнтованого на потреби спільноти.

Об'єкт – медіапростір українців у Загребі в умовах вимушених міграційних процесів, пов'язаних із повномасштабною війною.

Предмет – специфіка створення та поширення новинного контенту для українців у Загребі та особливості використання Instagram як сучасного цифрового медіа для оперативного інформування аудиторії.

1.3. Перелік методів здійснення творчого пошуку

Відповідно до класифікації евристичних методів творчої діяльності, у роботі над проєктом важливу роль відіграли методи мозкового штурму та контрольних питань [2, с. 130–142]. Їх застосування сприяло уточненню ідеї

авторського медіапроєкту, його тематичного наповнення, принципів рубрикації та способів взаємодії з аудиторією.

Метод мозкового штурму став важливим на етапі пошуку ідей для UkrZagreb. У межах цього методу основна увага зосереджувалася на можливих варіантах реалізації сторінки, її тематичних напрямках, рубриках і форматах подачі матеріалів. До потенційних напрямів належали новини української громади, культурні події, освітні можливості, діяльність українських організацій, корисні сервіси та практичні поради для українців у Хорватії. Такий підхід допоміг вибудувати структуру контенту, яка дає змогу комплексно висвітлювати життя української спільноти в Загребі.

Назва проєкту UkrZagreb поєднує дві ключові складові його концепції — українську громаду та місто Загреб. Вона є лаконічною, легко запам'ятовується та одразу окреслює тематику сторінки й цільову аудиторію.

Окрему увагу в межах проєкту отримав вибір платформи для представлення авторського медіа. Instagram став доцільною платформою для реалізації проєкту, оскільки поєднує візуальний контент, короткі інформаційні повідомлення, інтерактивні елементи та можливість швидкого зворотного зв'язку з аудиторією. Такий формат відповідає завданням проєкту, спрямованого на оперативне й зручне інформування українців у Загребі.

Метод контрольних питань допоміг уточнити концепцію проєкту, його цільову аудиторію, рубрикацію та формати подачі матеріалів. Перед створенням кожної публікації враховувалися такі питання: наскільки тема актуальна для українців у Загребі, чи має вона практичну користь, чи відповідає концепції проєкту та чи може зацікавити аудиторію. Важливим критерієм стала практична цінність матеріалу: чи допомагає він краще орієнтуватися в місцевому середовищі, дізнаватися про важливі події або користуватися корисними можливостями та сервісами. Такий підхід допомагав відбирати теми, релевантні для цільової аудиторії та пов'язані із завданнями проєкту.

Адаптація новинного контенту до особливостей соціальної мережі Instagram передбачала переосмислення традиційного формату новинної публікації відповідно до вимог цифрової платформи. Великі за обсягом тексти скорочувалися до ключових тез, а основна інформація подавалася у вигляді серій візуальних карток із короткими текстовими блоками. Такий підхід забезпечував швидке сприйняття інформації, зручність перегляду на мобільних пристроях та відповідність матеріалів особливостям платформи Instagram.

Особлива увага приділялася візуальній організації контенту. Оформлення сторінки створювалося відповідно до принципів лаконічності, читабельності та впізнаваності. Логотип проєкту містить назву UkrZagreb і виконує функцію основного елемента айдентики сторінки. Єдиний візуальний стиль публікацій забезпечує цілісність профілю та полегшує сприйняття контенту. Найважливіші факти, дати та практичні рекомендації виділялися візуально, щоб аудиторія могла швидко знаходити ключову інформацію. Фотографії, графічні елементи та інформаційні картки доповнювали текстову частину й робили новинний контент доступнішим для сприйняття.

Окрім методів творчого пошуку, у роботі над проєктом важливу роль відіграли окремі дослідницькі методи: спостереження, аналіз, порівняння та контент-аналіз. Метод спостереження допоміг вивчити потреби української громади в Загребі та окреслити теми, які можуть бути актуальними й корисними для потенційної аудиторії проєкту.

Методи аналізу й порівняння використовувалися під час дослідження інформаційних ресурсів, орієнтованих на українців у Хорватії. Для розгляду було обрано Telegram-канал «Хорватія UA» [9], Facebook-сторінку Української громади міста Загреб [11], видання «Слово Кобзаря» [6], сайт Посольства України у Республіці Хорватія [4] та портал «Хорватія для України» [8]. Порівняння цих ресурсів здійснювалося за такими критеріями: тематичне наповнення, оперативність оновлення інформації, формати подачі

матеріалів, географічна спрямованість, зручність пошуку відомостей, рівень взаємодії з аудиторією та практична користь контенту для українців у Загребі.

Контент-аналіз використовувався для вивчення змісту публікацій і повідомлень зазначених ресурсів. Під час цього етапу враховувалися основні тематичні напрями матеріалів, регулярність оновлення контенту, співвідношення новинних, довідкових, практичних і культурно-просвітницьких матеріалів, а також відповідність змісту інформаційним потребам української громади. Отримані результати допомогли визначити сильні сторони наявних ресурсів, виявити недостатньо представлені теми та врахувати ці спостереження під час формування концепції проєкту UkrZagreb.

Під час роботи з матеріалами соціальних мереж враховувалася необхідність перевірки отриманих відомостей. О. Гарматій та С. Онуфрив зазначають, що соціальні мережі є важливим джерелом інформації у роботі журналіста, однак їх використання пов'язане з викликами щодо верифікації та фактчекінгу [1, с. 46]. Тому відомості, знайдені в соціальних мережах, зіставлялися з повідомленнями офіційних установ та іншими надійними джерелами.

Застосування зазначених методів стало основою для уточнення концепції Instagram-медіа UkrZagreb, принципів його функціонування та підготовки новинного контенту, орієнтованого на потреби української спільноти в Загребі.

II. СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОЄКТУ «UkrZagreb»

2.1. Теоретико-методологічні засади

Теоретичною основою розроблення авторського Instagram-проєкту UkrZagreb є розуміння локального інформаційно-комунікаційного ресурсу як цифрового каналу, спрямованого на задоволення новинних, практичних і комунікативних потреб визначеної спільноти. Локальні ресурси можуть виконувати ознайомчу, адаптаційну, інтеграційну, культурно-просвітницьку, організаційну та комунікативну функції. В. Науменко та Н. Ушенко зазначають, що соціальні платформи й діаспорні громади дають українцям змогу отримувати необхідну інформацію та допомогу, знаходити житло і роботу, підтримувати зв'язок із громадою, а також сприяють адаптації та інтеграції новоприбулих за кордоном [3, с. 167–168]. До того ж медіа навчають, виховують, забезпечують взаємозв'язок між членами суспільства та беруть участь у процесі соціалізації [7, с. 49–50].

Визначення ефективних підходів до створення новинного контенту для UkrZagreb спирається на аналіз п'яти ресурсів, орієнтованих на українців у Загребі та Хорватії: Telegram-каналу «Хорватія UA» [9], Facebook-сторінки «Ukrajinska zajednica Grada Zagreba / Українська громада міста Загреба» [11], щоквартального друкованого й електронного видання «Слово Кобзаря» [6], офіційного сайту Посольства України в Республіці Хорватія [4] та державного порталу «Хорватія для України» [8]. Ці ресурси мають різні цілі та принципи роботи, тому їх доцільно розглядати не лише як можливі аналоги авторського проєкту, а й як джерела новин, тем, офіційних відомостей та практичного досвіду організації контенту.

До вибірки входять ресурси, які представляють різні моделі створення і поширення матеріалів для української аудиторії. Telegram-канал відображає комунікацію через месенджер, Facebook-сторінка — діяльність локальної громадської організації у соціальній мережі, а «Слово Кобзаря» — традиційну

модель періодичного видання. Сайт Посольства України та портал «Хорватія для України» виконують функцію офіційних джерел повідомлень, роз'яснень і відомостей про рішення державних установ. Порівняння цих каналів дає змогу простежити різні підходи до відбору тем, перевірки фактів, структурування матеріалів і адаптації інформації до потреб українців у Загребі.

Telegram-канал «Хорватія UA» поєднує новини, практичні повідомлення, оголошення та пропозиції послуг, орієнтовані на українців у різних містах Хорватії. Facebook-сторінка Української громади міста Загреб переважно висвітлює культурні й громадські заходи, а також діяльність організації. Видання «Слово Кобзаря» охоплює суспільно-політичну, культурну та громадську тематику, однак через щоквартальну періодичність не призначене для оперативного повідомлення новин. Сайт Посольства України та портал «Хорватія для України» містять офіційні повідомлення і практичні роз'яснення, проте їхній контент орієнтується на українців у всій Хорватії та переважно передбачає одностороннє інформування.

Аналіз цих ресурсів показав, що кожен із них задовольняє окремі інформаційні потреби української аудиторії. Водночас серед розглянутих каналів немає Instagram-медіа, яке регулярно поєднує локальні новини Загреба, офіційні відомості, практичні пояснення та можливість безпосередньої взаємодії з читачами. Саме на цю інформаційну потребу орієнтується авторський проєкт UkrZagreb.

Дослідження обраних ресурсів спирається на контент-аналіз, порівняльний метод і метод спостереження. Під час аналізу враховувалися тематика матеріалів, географічна спрямованість, регулярність оновлення, оперативність, формати публікацій, достовірність відомостей, зручність пошуку контенту та способи взаємодії з аудиторією. Це дає змогу визначити переваги й обмеження наявних підходів та окреслити принципи роботи UkrZagreb.

Цільову аудиторію UkrZagreb становлять українці, які проживають у Загребі або планують переїзд до міста та потребують актуальних новин і практичних пояснень. До неї належать новоприбулі, особи з тимчасовим захистом, студенти, працівники, батьки з дітьми та представники місцевої громади. Інформаційні потреби цих груп пов'язані не лише із загальними новинами про Хорватію, а й із питаннями повсякденного життя в Загребі: оформленням документів, доступом до медичних і соціальних послуг, транспортом, освітою, працевлаштуванням, культурними подіями та діяльністю українських організацій.

Особливість цільової аудиторії полягає в її неоднорідності: різні групи користувачів мають неоднаковий досвід перебування у Хорватії, рівень обізнаності про місцеві сервіси та потребу в інформаційній підтримці. Водночас їх об'єднує потреба в локальній, перевіреній і структурованій інформації українською мовою. Саме ця потреба визначає тематичне наповнення UkrZagreb, його рубрикацію та орієнтацію на короткий текстово-візуальний формат Instagram.

Перевагою UkrZagreb є поєднання локальної спрямованості, оперативності, перевірки відомостей за офіційними джерелами та адаптації новин до потреб українців у Загребі. На відміну від ресурсів, орієнтованих на всю територію Хорватії або на окремі напрями життя громади, проєкт поєднує систематичне висвітлення різних тем в одному Instagram-акаунті.

2.2. Структура та рубрикація медіапроєкту

Медіапроєкт UkrZagreb реалізовано на платформі Instagram як інформаційний простір для українців, які проживають у Загребі або планують переїзд до Хорватії. Під час розроблення структури сторінки основну увагу було приділено зручності сприйняття інформації, оперативності її поширення та можливості швидкого доступу до необхідних матеріалів.

Важливою складовою візуальної ідентичності проєкту став логотип UkrZagreb, у якому поєднано стилізоване зображення Загребського кафедрального собору — одного з найвідоміших архітектурних символів столиці Хорватії — та назву медіа. Центральним елементом композиції є контур міського простору з характерними вежами собору, що забезпечують впізнаваність візуального образу та підкреслюють локальний характер проєкту. В оформленні логотипа та сторінки використано синій, жовтий і світлі нейтральні відтінки, обрана кольорова палітра асоціюється з українською символікою, що в у свою чергу акцентує увагу на цільовій аудиторії медіапроєкту та забезпечує його візуальну цілісність. [Додаток Б]

Першою публікацією сторінки став презентаційний допис, у якому визначено місію проєкту, його цільову аудиторію та основні напрями діяльності. У ньому зазначено, що сторінка покликана забезпечувати українців у Загребі актуальною, перевіреною та корисною інформацією, об'єднуючи новини, практичні поради та повідомлення про важливі події в одному інформаційному просторі. [Додаток В]

Відповідно до концепції медіапроєкту контент сторінки згруповано за кількома тематичними напрямками.

Перший тематичний напрям охоплює новини та актуальну інформацію. До нього належать матеріали про зміни, які можуть впливати на життя українців у Хорватії, повідомлення про важливі події, діяльність української громади, а також корисні оновлення, пов'язані з життям українців у країні, зокрема в Загребі. Основне завдання цього блоку полягає в оперативному інформуванні аудиторії та забезпеченні доступу до актуальних відомостей. [Додаток Г]

Другий напрям присвячений життю українців у Хорватії. У межах цього блоку висвітлюються питання тимчасового захисту, працевлаштування, медичного обслуговування, громадського транспорту, цифрових сервісів, державних послуг та інших аспектів повсякденного життя. Матеріали мають

практичний характер і спрямовані на полегшення адаптації українців у новому соціальному середовищі. [Додаток Г]

Окрему частину контенту становлять публікації, присвячені подіям і можливостям дозвілля в Загребі. До цієї групи належать матеріали про фестивалі, виставки, міські заходи, культурні локації, парки та інші місця відпочинку. Такі дописи не лише інформують про події, а й сприяють кращому ознайомленню аудиторії з міським середовищем та культурним життям столиці Хорватії. [Додаток Д]

Окремий тематичний напрям становить рубрика «Освіта та розвиток». У її межах передбачено висвітлення інформації про мовні курси, освітні програми, можливості навчання, професійного вдосконалення та корисні ресурси для українців, які проживають у Хорватії. Рубрика спрямована на підтримку інтеграції та особистісного розвитку аудиторії. [Додаток Е]

Окремим напрямом комунікації є рубрика «Спільнота». Вона призначена для висвітлення діяльності українських організацій, громадських ініціатив, волонтерських проєктів, а також для поширення анонсів і повідомлень, які можуть бути корисними для українців у Загребі. Крім інформаційної функції, рубрика сприяє налагодженню комунікації між підписниками сторінки та залученню аудиторії до формування інформаційного наповнення медіапроєкту. [Додаток Є]

Основним форматом подачі матеріалів у медіапроєкті UkrZagreb є карусельні дописи. Інформація в них розподіляється на окремі слайди відповідно до логіки викладу матеріалу, що дозволяє поступово розкривати тему та уникати перевантаження аудиторії великими обсягами тексту. Поєднання візуальних елементів, коротких текстових блоків та єдиного стилю оформлення сприяє зручності сприйняття контенту й підвищує зацікавленість користувачів. [Додатки В–Є]

Для покращення навігації на сторінці використовуються тематичні актуальні історії (Highlights), у яких контент згруповано відповідно до

основних напрямів діяльності проєкту: «Про нас», «Новини», «Життя в Хорватії», «Події та дозвілля», «Освіта» та «Спільнота». Завдяки цьому користувачі можуть швидко знаходити потрібну інформацію навіть після завершення терміну відображення звичайних історій. [Додаток Ж]

Таким чином, структура медіапроєкту UkrZagreb побудована з урахуванням інформаційних потреб українців у Загребі та особливостей функціонування сучасних соціальних мереж. Поєднання тематичної рубрикації, єдиного візуального стилю, системи актуальних історій та формату каруселей сприяє ефективному поширенню інформації, покращує навігацію сторінкою та формує цілісний інформаційний простір для української громади.

2.3. Контент та засоби виразності

Одним із основних засобів виразності медіапроєкту UkrZagreb є візуальне оформлення публікацій. Усі матеріали створюються в єдиному стилі, що забезпечує впізнаваність сторінки та формує цілісне сприйняття контенту. Візуальна концепція побудована на поєднанні синього, жовтого та світлих нейтральних кольорів, які асоціюються з українською символікою та водночас гармонійно поєднуються з тематикою міського інформаційного ресурсу. Логотип UkrZagreb розміщується на обкладинках публікацій та візуальних матеріалах, підкреслюючи належність контенту до проєкту та забезпечуючи його впізнаваність серед користувачів. [Додатки В–Є]

Основним видом контенту в проєкті є мультимедійний контент, який поєднує текстову та візуальну складові. Матеріали публікуються переважно у форматі каруселей, що складаються із 5–8 послідовних слайдів. Такий формат дозволяє структурувати інформацію невеликими логічними блоками, поєднуючи текст, фотографії, графічні елементи, піктограми та дизайнерські акценти. Кожна карусель має титульний слайд із заголовком, основну частину

з розкриттям теми та завершальний слайд із підсумком або заклик до взаємодії з аудиторією. [Додатки В–Є].

Важливим засобом виразності є типографіка. Для оформлення публікацій здебільшого використовується шрифт Montserrat без зарубок, який характеризується високою читабельністю на екранах мобільних пристроїв. Заголовки виконуються збільшеним напівжирним накресленням та акцентують увагу на ключовій темі матеріалу. Основний текст подається короткими інформаційними блоками, що дозволяє уникнути перевантаження слайдів та полегшує сприйняття інформації.

Візуальне наповнення добирається відповідно до тематики матеріалів. У публікаціях про культурні події, фестивалі та міські локації використовуються фотографії Загреба, які створюють додатковий контекст і допомагають краще ознайомити аудиторію з міським середовищем. У матеріалах практичного характеру застосовуються тематичні піктограми, ілюстрації та графічні акценти, які структурують інформацію та дозволяють швидко знаходити найважливіші відомості. [Додаток З].

Окремим форматом комунікації є Stories. Вони використовуються для анонсування нових публікацій, інформування про актуальні події, поширення важливих повідомлень та підтримання взаємодії з аудиторією. Після завершення терміну відображення найбільш важливі історії зберігаються в актуальних добірках «Про нас», «Новини», «Життя в Хорватії», «Освіта», «Події та дозвілля» та «Спільнота». Це забезпечує швидкий доступ до матеріалів та спрощує навігацію сторінкою. [Додаток Ж].

Таким чином, контент медіапроєкту UkrZagreb представлений текстово-графічними публікаціями та Stories, які поєднують інформаційну цінність із візуальною зрозумілістю. Використання єдиного стилю оформлення, фотографій, графічних елементів і структурованої подачі матеріалу сприяє ефективному донесенню інформації та відповідає потребам української аудиторії в Загребі.

2.4. Технічні й програмні засоби

Під час створення та реалізації медіапроєкту UkrZagreb використовувалися технічні засоби й програмне забезпечення, необхідні для пошуку та опрацювання відомостей, підготовки текстових і візуальних матеріалів, публікації контенту та взаємодії з аудиторією.

Основним технічним засобом був ноутбук, який використовувався для пошуку та перевірки відомостей, написання текстів, створення графічних матеріалів і адміністрування Instagram-сторінки. Смартфон застосовувався для оперативної роботи з проєктом, публікації дописів та історій, перегляду статистики, моніторингу реакцій користувачів і комунікації з аудиторією.

Для підготовки текстового наповнення публікацій, редагування матеріалів і написання описів до дописів використовувався текстовий редактор Microsoft Word. Він давав змогу опрацьовувати структуру матеріалів, перевіряти тексти та зберігати підготовлені варіанти публікацій.

Візуальне оформлення проєкту здійснювалося за допомогою онлайн-редактора Canva. У ньому було створено логотип UkrZagreb, шаблони публікацій, дописи-каруселі, обкладинки, графічні елементи та оформлення актуальних історій. Використання єдиних шаблонів забезпечило цілісність візуального стилю сторінки та впізнаваність матеріалів.

Основною платформою для поширення контенту стала соціальна мережа Instagram. Її функціональні можливості використовувалися для публікації текстово-візуальних дописів, каруселей та історій, створення актуальних добірок, взаємодії з користувачами через коментарі, реакції й особисті повідомлення, а також для аналізу статистичних показників сторінки.

Для пошуку та перевірки відомостей використовувалися офіційні вебсайти державних установ Хорватії, органів місцевого самоврядування, освітніх закладів, культурних інституцій і українських громадських

організацій. Отримані матеріали опрацьовувалися та адаптувалися відповідно до формату й тематичного спрямування UkrZagreb.

Поєднання зазначених технічних і програмних засобів забезпечило повний цикл створення контенту: від пошуку та перевірки відомостей до візуального оформлення, публікації матеріалів і оцінювання взаємодії аудиторії з проектом.

2.5 Сфера застосування та результати апробації

Медіапроект UkrZagreb функціонує у соціальній мережі Instagram та орієнтується на українців, які проживають у Загребі або планують переїзд до Хорватії. Його матеріали мають практичне значення для аудиторії, оскільки поєднують локальні новини, пояснення щодо повсякденного життя, інформацію про культурні події, освітні можливості та корисні сервіси.

У межах апробації сторінка наповнювалася інформаційними дописами, присвяченими адаптації, медицині, освіті, міській інфраструктурі, культурним подіям та українським ініціативам у Загребі. Такий тематичний добір дав змогу перевірити, які типи контенту найкраще відповідають потребам цільової аудиторії та здатні привертати її увагу.

Станом на початок червня 2026 року за сторінкою стежили 50 користувачів [Додаток И]. Водночас, за даними внутрішньої статистики Instagram за період з 6 травня по 4 червня 2026 року, сукупна кількість переглядів контенту становила понад 2,2 тис., а кількість взаємодій користувачів — 305 [Додаток І]. Це свідчить, що контент проекту виходив за межі лише наявної підписницької бази та мав потенціал залучати ширшу аудиторію.

Охоплення сторінки становило 235 облікових записів, серед яких 71,9 % припадало на читачів сторінки, а 28,1 % — на нову аудиторію [Додаток Ї]. Таке співвідношення демонструє, що проєкт не лише підтримував інтерес наявних

підписників, а й поступово привертав увагу користувачів, які раніше не взаємодіяли зі сторінкою. Для локального медіапроєкту на початковому етапі це є важливим показником потенційного розширення аудиторії.

Найбільшу частку переглядів забезпечили дописи, на які припало 82,8 % усіх переглядів контенту, тоді як Stories сформували 17,2 % [Додаток Й]. Це дає підстави зробити висновок, що для UkrZagreb основним інструментом донесення інформації стали публікації у стрічці, насамперед карусельні дописи. Такий формат виявився зручним для подання структурованої інформації, оскільки дає змогу розподіляти матеріал на короткі логічні блоки й поєднувати текст із візуальними елементами.

Найбільшу кількість переглядів отримав вступний допис про запуск проєкту UkrZagreb — 410 переглядів. Це можна пояснити тим, що презентаційний матеріал виконував не лише інформаційну, а й ідентифікаційну функцію: він пояснював призначення сторінки, її тематику та користь для аудиторії. Другим за кількістю переглядів став допис про медичну допомогу в Загребі — 248 переглядів. Такий результат свідчить про високий запит на практичну інформацію, пов'язану з доступом до базових послуг у новому середовищі.

Серед інших матеріалів помітну увагу аудиторії привернули дописи про безкоштовні бібліотеки в Загребі, українські заклади міста та культурні події за участю українських колективів [Додаток Й]. Це дає змогу виокремити дві основні групи контенту, які мають найбільший потенціал для розвитку проєкту: практичні матеріали, що допомагають вирішувати повсякденні питання, та публікації, які підтримують зв'язок українців із громадою й культурним життям міста.

Отже, результати апробації свідчать, що Instagram може бути доцільною платформою для локального інформаційного медіа, орієнтованого на українців у Загребі. Ефективність проєкту проявилася не лише в кількісних показниках переглядів і взаємодій, а й у здатності контенту відповідати

конкретним інформаційним потребам аудиторії. Найперспективнішими для подальшого розвитку UkrZagreb є практичні пояснювальні матеріали, локальні новини, культурні анонси та контент, що сприяє інтеграції українців у міське середовище.

2.6. Висновки

Реалізація медіапроєкту UkrZagreb підтвердила актуальність локального інформаційного ресурсу для українців у Загребі. В умовах формування спільноти в Хорватії особливого значення набувають швидкі, доступні та структуровані канали комунікації, які поєднують практичну інформацію, новини, анонси подій і матеріали про повсякденне життя в місті.

Аналіз наявного медіасередовища показав, що українські інформаційні ресурси в Загребі та Хорватії виконують важливу об'єднавчу й адаптаційну функції. Водночас частина таких ресурсів орієнтується або на ширшу аудиторію всієї Хорватії, або на окремі напрями життя громади. Через це виникає потреба в локальному цифровому медіа, яке систематизує різні типи інформації в одному просторі, забезпечує зручну навігацію та підтримує безпосередню взаємодію з аудиторією.

Instagram виявився доцільною платформою для такого проєкту, оскільки його функціональні можливості відповідають потребі в короткій, візуально зрозумілій та мобільній подачі новинного контенту. Формат каруселей дав змогу структурувати матеріали за логікою поступового розкриття теми, а Stories та актуальні добірки посилили навігаційну функцію сторінки. Отже, платформа не лише виконувала роль каналу поширення інформації, а й впливала на сам спосіб її добору, скорочення та візуального оформлення.

У межах проєкту UkrZagreb сформувалася цілісна модель локального Instagram-медіа, що поєднує новинний, практичний, культурний та інтеграційний компоненти. Контент сторінки охоплює теми медицини,

транспорту, освіти, дозвілля, міських сервісів, можливостей для українців і діяльності організацій, які сприяють адаптації в Хорватії. Така рубрикація допомагає не просто розподілити матеріали за темами, а створити зрозумілу систему орієнтування для аудиторії.

Результати апробації показали, що проєкт має потенціал для подальшого розвитку. За невеликої кількості підписників контент отримав ширше охоплення, ніж базова аудиторія сторінки, що свідчить про здатність матеріалів привертати увагу нових користувачів. Найбільшу кількість переглядів отримав вступний допис про запуск UkrZagreb, оскільки він пояснював призначення сторінки та її користь для аудиторії. Серед тематичних публікацій помітний інтерес викликали матеріали практичного характеру, зокрема допис про медичну допомогу в Загребі. Це дає підстави стверджувати, що для українців у новому середовищі особливо цінним є прикладний контент із конкретними поясненнями, інструкціями та корисними посиланнями.

Апробація також виявила сильні й слабкі сторони проєкту. До сильних сторін належать локальна спрямованість, практична користь матеріалів, єдиний візуальний стиль, тематична рубрикація та адаптація складної інформації до короткого Instagram-формату. Водночас початковий етап функціонування сторінки засвідчив потребу в регулярнішому оновленні контенту, активнішому залученні аудиторії до комунікації та розширенні форматів взаємодії, зокрема через опитування, запитання, коментарі й повідомлення від підписників.

Отже, мета роботи досягнута: UkrZagreb функціонує як авторський Instagram-проєкт, здатний виконувати роль локального інформаційного медіа для українців у Загребі. Його подальший розвиток доцільно спрямувати на розширення рубрик, посилення інтерактивності, регулярне висвітлення актуальних тем і залучення самої громади до формування інформаційного наповнення сторінки.

III. СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

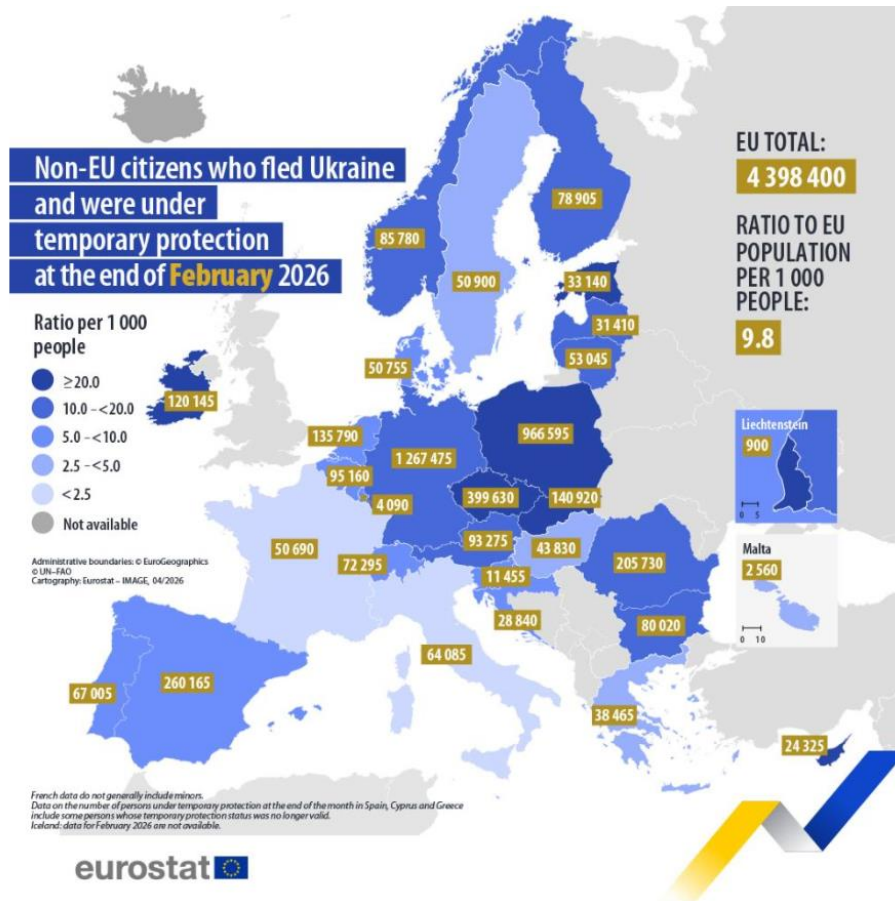
1. Гарматій О., Онуфрив С. Соціальні мережі як джерело інформації у роботі журналіста. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Журналістика. 2021. № 2. С. 45–52.
URL: <https://doi.org/10.23939/sjs2021.02.045> (дата звернення: 05.06.2026).
2. Мигаль В. Д. Теорія і методи наукової творчості : навчальний посібник. Харків : ВД «ІНЖЕК», 2007. 424 с. URL: <https://lnk.ua/RThgwhiTR> (дата звернення: 05.06.2026).
3. Науменко В., Ушенко Н. Вплив глобалізаційних процесів на міграцію українців у сучасних умовах. Стратегічні засади інтеграції України у глобальний гео економічний простір : збірник наукових праць за результатами міжнародної науково-практичної конференції, 21 травня 2025 р. Київ : ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України», 2025. С. 166–169. URL: <https://surl.li/sbzlqh> (дата звернення: 05.06.2026).
4. Посольство України у Республіці Хорватія : офіційний вебсайт. URL: <https://croatia.mfa.gov.ua/> (дата звернення: 05.06.2026).
5. Семен Н. Роль соціальної мережі Instagram у популяризації журналістського контенту. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Журналістика. 2022. № 1 (3). С. 74–79.
URL: <https://doi.org/10.23939/sjs2022.01.074> (дата звернення: 05.06.2026).
6. Слово Кобзаря : щоквартальне видання Українського культурно-просвітницького товариства «Кобзар». 2025. № 13.
URL: <https://idud.oa.edu.ua/slovo-kobzarya-%E2%84%9613-2025/> (дата звернення: 05.06.2026).
7. Фруктова Я. С. «Медіаосвіта» як дисципліна нормативного циклу професійної підготовки журналістів: теоретичний та практичний аспекти. Актуальні проблеми державного управління, педагогіки та психології. 2015. Вип. 1 (12). Т. 4. С. 49–52.
URL: <https://lnk.ua/3pGDQBABq> (дата звернення: 05.06.2026).
8. Хорватія для України : офіційний державний портал.
URL: <https://hrvatskazaukrajinu.gov.hr/ua> (дата звернення: 05.06.2026).
9. Хорватія UA : Telegram-канал. URL: <https://t.me/croatiaua> (дата звернення: 05.06.2026).
10. Temporary protection for 4.40 million in February 2026. Eurostat. 14.04.2026. URL: <https://lnk.ua/J8G6JOGtc> (дата звернення: 05.06.2026).

11. Ukrajinska zajednica Grada Zagreba / Українська громада міста Загреб : сторінка у Facebook. URL: <https://www.facebook.com/UkrZagreb/> (дата звернення: 05.06.2026).

IV. ДОДАТКИ

Додаток А

Кількість українців, які перебувають під тимчасовим захистом у країнах ЄС станом на 28 лютого 2026 року. (За даними Eurostat)



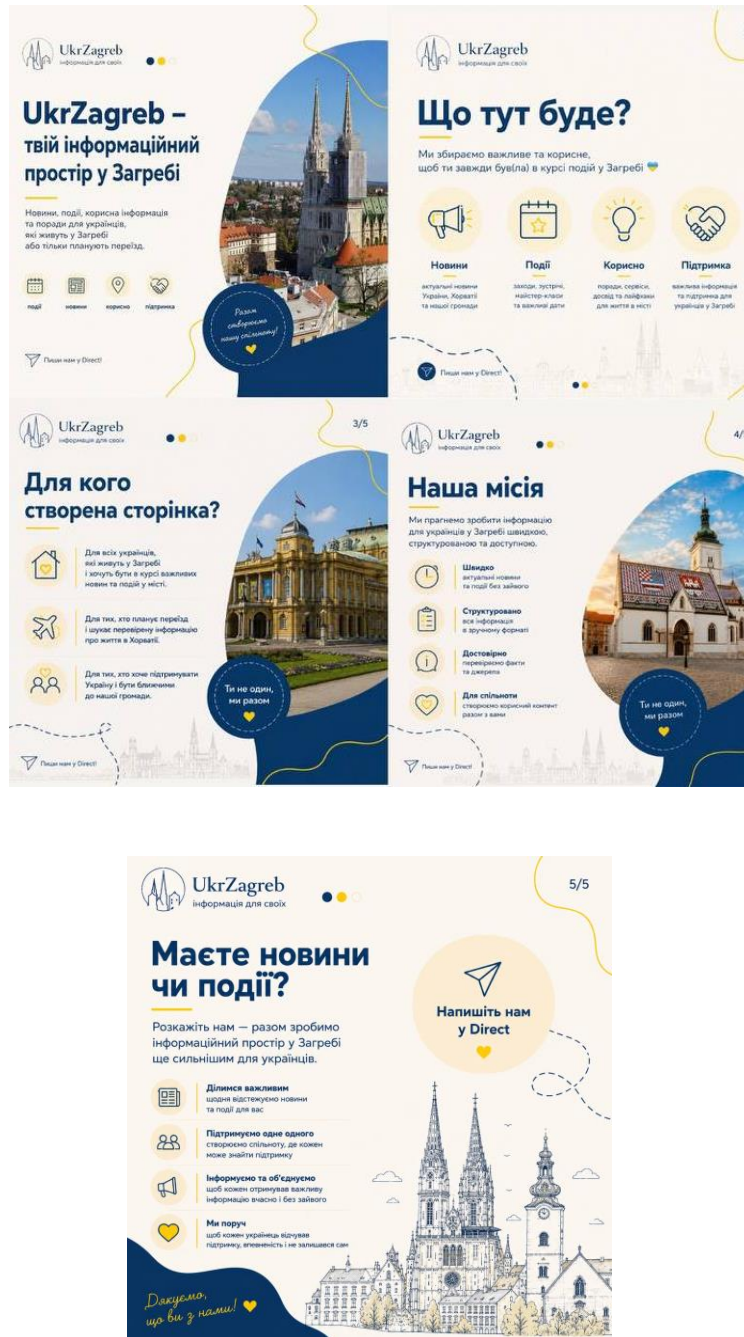
Додаток Б



Додаток В

Вступний інформативний допис, присвячений презентації медіапроекту UkrZagreb, його мети, цільової аудиторії та основних тематичних напрямів діяльності.

https://www.instagram.com/p/DYJ8tb2jXC-/?img_index=1



Додаток Г

Допис рубрики «Новини».

https://www.instagram.com/p/DZKj4jHjGHV/?img_index=1

UkrZagreb

НОВИНА

У ЗАГРЕБІ ВИСТУПІТЬ ГУРТ «ДУДАРИК»

Концерт відомої львівської хорової капели відбудеться 12 червня.

**«ДУДАРИК»:
одна з найвідоміших хорових капел України**

- «Дударик» – Львівська національна академічна хоровая капела, заснована у 1971 році.
- Колектив є нагородом Національної премії України ім'я Тараса Шевченка.
- За понад 180 років діяльності капела представила українську музичну та культурну спадщину на численних міжнародних форумах.
- У репертуарі – українська духовна, народна та класична музика.

ДЕ І КОЛИ ВІДБУДЕТЬСЯ КОНЦЕРТ?

- П'ЯТНИЦЯ**
12 червня 2026 року (Платний)
- ЧАС**
17:30
- МІСЦЕ**
Артуч Муроно місто Загреб
Малу граба Загреб
Судинска ul. 20, Загреб
- ВХІД**
Вхід вільний
Концерт відкритий для всіх охочих.

ЧОМУ ВАРТО ВІДВІДАТИ КОНЦЕРТ?

- Українська музика наживо у серці Загребі.
Можливість почитати один із найвідоміших українських хорів в атмосферному просторі Артучо Муроно місто.
- Підтримка та єдність громади.
Концерт стане особливим подарунком для українців у Хорватії та нагомою відкриття культурної близькості.
- Культурний діалог.
Знайдіть нових друзів і українських музичних традицій та безпечної вашої країни.
- Подія для всієї родини.
Класична, сучасна, етнічна та програма, що об'єднує покоління.
- Проводьте свій вільний вечір української музики!

ДО ЗУСТРІЧІ НА КОНЦЕРТІ!

Підтримуємо українську культуру разом!

- УКРАЇНСКА КУЛЬТУРА
- ЖИВА МУЗИКА
- ЄДИНІСТЬ ТА ПІДТРИМКА
- 12 ЧЕРВНЯ 17:30

Нехай цей вечір подарує натхнення, теплі емоції та гордість за нашу культуру!

Додаток Г

Допис рубрики «Життя в Хорватії» .

https://www.instagram.com/p/DZCdfa_jeDq/?img_index=6

1 **МЕДИЧНА ДОПОМОГА У ЗАГРЕБІ**

Як скоротити час очікування до лікаря?

- Онлайн-запис через Terminko
- Менше часу в черзі
- Зручний запис на прийом

2 **ЧИ МОЖУТЬ УКРАЇНЦІ КОРИСТУВАТИСЯ МЕДИЧНИМИ ПОСЛУГАМИ?**

Українці в Хорватії можуть отримувати медичну допомогу:

- за ТИМЧАСОВИМ ЗАХИСТОМ (зелена картка) надає право на базове медичне обслуговування першого рівня
- ЧЕРЕЗ РОБОТУ якщо ви офіційно працевлаштовані та маєте медичне страхування від роботодавця

У ОБОХ ВИПАДКАХ ДОСТУПНІ:

- сімейний лікар
- державні медичні заклади
- направлення до спеціалістів
- медичні послуги відповідно до типу страхування

3 **ЧОМУ В ХОРВАТІЇ ЧАСТО ДОВОДИТЬСЯ ЧЕКАТИ ДОВШЕ?**

Багато українців звернули до системи онлайн-запису через Terminko та чітко визначених термінів.

У Хорватії пацієнти часто приходять без попереднього запису, а очікування в черзі може бути довшим навіть при зверненні до сімейного лікаря.

ЯК МОЖНА ЗЕКОНОМИТИ ЧАС?

Онлайн-запис через Terminko дозволяє обрати доступний термін та зазвичай дає пріоритет перед живою чергою.

ВАЖЛИВО

Запис на конкретний час не гарантує прийом саме в цю хвилину.

Проте пацієнти із записом зазвичай мають пріоритет перед живою чергою та можуть суттєво скоротити час очікування.

4 **ЩО ТАКЕ TERMINKO?**

Онлайн-сервіс для запису на медичні прийоми в Хорватії.

Через Terminko можна записатися на:

- прийом до сімейного лікаря
- окремі медичні послуги
- профілактичні огляди
- інші доступні прийоми залежно від установи

УСЕ В КІЛЬКА КЛІКІВ

- обрати потрібну послугу
- вибрати медичний заклад
- обрати вільний термін
- підтвердити запис

ПЕРЕВАГА СЕРВІСУ

Не потрібно приходити заздалегідь та чекати в живій черзі лише для того, щоб отримати консультацію або записатися на прийом.

6 **ЩО ВАРТО ПАМ'ЯТАТИ?**

Запис через Terminko не означає, що прийом розпочнеться точно у визначений час.

Проте пацієнти із записом зазвичай мають пріоритет перед живою чергою та можуть суттєво скоротити час очікування.

Онлайн-запис допомагає уникнути тривалого перебування в черзі та спланувати свій день зручніше.

7 **Якщо потрібно записатися до лікаря у Загребі**

terminko.hr

Додаток Д

Допис рубрики «Події та дозволя».

https://www.instagram.com/p/DYewb1JjXNM/?img_index=1



Додаток Е

Допис рубрики «Освіта».

https://www.instagram.com/p/DZLKuRWjbU1/?img_index=1

ХОРВАТСЬКА ДЛЯ ПОЧАТКІВЦІВ
ФРАЗИ, ЯКІ ЗНАДОБЛЯТЬСЯ У ЗАГРЕБІ ЩОДНЯ

Переїхали до Хорватії або лише починаєте вивчати мову? Зберігайте добру базових фраз для повсякденного життя.

МАГАЗИНИ ТРАНСПОРТ ЛІКАР СПІЛКОВАНИ

→ ГОТОВАЄ ДАТИ

ВІТАННЯ ТА ВВІЧЛИВІСТЬ

☺ Dobar dan	— Добрий день
☺ Dobro jutro	— Добрий ранок
☺ Dobra večer	— Добрий вечір
☺ Bok!	— Привіт!
☺ Doviđenja	— До побачення
☺ Hvala	— Дякую
☺ Hvala lijepo	— Щиро дякую
☺ Molim	— Будь ласка / Прошу
☺ Oprostite	— Перепрошую

Хорвати цінують ввічливість. Не забувайте сказати «hvala!»

У МАГАЗИНІ

👤 Koliko to košta?	— Скільки це коштує?
👤 Imate li kruh?	— У вас є хліб?
👤 Ođe mogu pronaći mlijeko?	— Де я можу знайти молоко?
👤 Mogu li platiti karticom?	— Чи можу розрахуватися картою?
👤 Trebam vraćinu.	— Мені потрібен папієр.
👤 Imate li nešto jeftinije?	— У вас є щось дешевше?
👤 Možete li mi pomoći?	— Чи можете мені допомогти?
👤 Koje je radno vrijeme?	— Який графік роботи?
👤 Ođe je blagajna?	— Де каса?
👤 Hvala lijepo!	— Дуже дякую!

Корисно знати:
Більшість магазинів у Загребі працює до 21:00. У великі супер- та мейн-стріт-шоу працюють до пізнього вечора.

У КАФЕ ТА РЕСТОРАНІ

👤 Mogu li dobiti jelo/vina?	— Можна мені?
👤 Što preporučujete?	— Що ви рекомендуєте?
👤 Ja bih kavu.	— Я б хотів(ла) каву.
👤 Popit ću vodu.	— Я питиму воду.
👤 Želim naručiti.	— Я хотів(ла) замовити.
👤 Imam alergiju na...	— У мене алергія на...
👤 Sve je bilo ukusno, hvala.	— Все було смачно, дякую.
👤 Račun, molim.	— Рахунок, будь ласка.
👤 Mogu li platiti karticom?	— Чи можу розрахуватися картою?
👤 Možete li ponoviti, molim?	— Чи можете повторити, будь ласка?

Корисно знати:
У Загребі працюють величезні кафе 24/7. У кафе можна отримати до 50% знижки на каву та десерти.

У ЛІКАРЯ / АПТЕЦІ

👤 Vidi me gdje.	— У мене болить горло.
👤 Imam temperaturu.	— У мене температура.
👤 Trebam lijekove.	— Мені потрібні ліки.
👤 Ođe je ljekarna?	— Де аптека?
👤 Trebam lijekove.	— Мені потрібні ліки.
👤 Trebam lijek protiv bolova.	— Мені потрібні знеболювальні.
👤 Mogu li naučiti termin?	— Чи можу записатися на прийом?
👤 Imate li zdravotno osiguranje?	— У вас є медичне страхування?
👤 Ođe mogu platiti?	— Де я можу оплатити?
👤 Možete li mi pomoći?	— Чи можете мені допомогти?

Корисно знати:
У Загребі можна безкоштовно отримати медичну допомогу. У разі надзвичайної ситуації телефонуйте 114 (лікарська допомога) або 112 (лікарська допомога).

ПОШУК ЖИТЛА

👤 Tražim stan.	— Я шукаю квартиру.
👤 Koliko je najamnine?	— Яка ціна за квартиру?
👤 Jesu li ređe uključene?	— Чи включено комунальні послуги?
👤 Koliko kvadrata ima stan?	— Скільки квадратних метрів має квартира?
👤 Mogu li pogledati stan?	— Чи можу подивитися квартиру?
👤 Je li stan namješten?	— Квартира мебльована?
👤 Je li dovoljno blizu kulinjskim objektima?	— Чи достатньо близько до кухонних об'єктів?
👤 Ima li parking?	— Чи є паркування?
👤 Želim unajmiti stan.	— Я хотів(ла) орендувати квартиру.
👤 Treba mi ugostiti.	— Мені потрібен договір.
👤 Možete li mi pomoći?	— Чи можете мені допомогти?

Корисно знати:
Популярні сайти для пошуку житла в Загребі: **Imobilitet.hr**, **Facebook (Zagrebački apartmani, stanovi, apartmani)**

В ЕКСТРЕМНИХ СИТУАЦІЯХ

📞 Urgencijom	— Диспетчерська
📞 Nazovite hitnu pomoć!	— Викликайте швидку допомогу!
📞 Policijom	— Поліцією
📞 Vaga je sudar.	— Сталася аварія
📞 Ođe se najbliže nalazi bolnica?	— Де найближча лікарня?
📞 Ostrožnjača sam se.	— Я отримав(ла) травми.
📞 Trebam lijekove.	— Мені потрібні ліки.
📞 Imam alergijsku reakciju.	— У мене алергічна реакція.
📞 Šta se dogodilo?	— Що сталося?
📞 Ne uspijevam se dobro.	— Мені погано.
📞 izgubio/la sam se.	— Я заблукав(ла) / заблукала.
📞 Ne razumijem.	— Я не розумію.

Корисно знати:
Важливі номери в Загребі:
112 - Швидка допомога
194 - Мобільна поліція
193 - Лікарська допомога
192 - Поліція

ОРІЄНТУВАННЯ У МІСТІ

👤 Ođe se nalazim?	— Де я знаходжусь?
👤 Kako mogu doći do...?	— Як я можу дістатися до...?
👤 Mlađe mesto.	— Рідше місце.
👤 Skrećemo lijevo.	— Поворачуймося ліворуч.
👤 Skrećemo desno.	— Поворачуймося праворуч.
👤 Na kvačikuju skrećemo...	— На перехресті поверніться...
👤 Ođe je najbliže stajanište?	— Де найближче зупинище?
👤 Ođe je WC?	— Де туалет?
👤 Ođe je turistički info centar?	— Де туристичний інформаційний центр?
👤 Ođe je parking?	— Де паркування?
👤 Ođe je najbliže kabinovno?	— Де найближча кабіна?
👤 Vidim ga/je.	— Я бачу його/її.
👤 Ma gdje je to?	— Але де це?
👤 Možete li mi pokazati na karti?	— Можете показати мені на карті?

Корисно знати:
У Загребі багато туристичних об'єктів, тому важливо знати, як орієнтуватися в місті.
На карті можна знайти: **туристичні об'єкти, зупинище, інформаційний центр, паркування, кабіна**

Корисно знати:
Можемо допомогти вам! — Дуже дякую!

UkrZagreb

ОСВІТА

КОРИСНІ ФРАЗИ НА ЩОДЕНЬ

Hvala!	— Дякую!
Molim!	— Будь ласка!
Dovidjenja!	— До побачення!
Bok!	— Привіт! (неформально)
Vidimo se!	— Побачимося!
U redu.	— Добре. / Все гаразд.
Nema problema.	— Немає проблеми.
Možda li ponoviti, molim?	— Можливо повторите, будь ласка?
Ne razumijem.	— Я не розумію.
Govorite li engleski / hrvatski / ukrajinski?	— Ви говорите англійською / хорватською / українською?
Kako se to kaže?	— Як це сказати?
Šeje mogu...?	— Де я можу...?
Koliko to košta?	— Скільки це коштує?
Nemam vremena.	— У мене немає часу.
Ošibao!	— Чудово!
Jako sam zahvalan/na.	— Я дуже вдячний/вдячна.

КОРИСНІ ПОРАДИ

- Не бійтесь гукати! Хорватська культура, мови взаємно і невмотивовано поважаєть українську мову.
- Зберігайте фрази в телефоні або роздрукуйте цю шпаргалку.
- Практикуйтесь щодня, навіть якщо тільки кілька слів.

ЗОЛОТЕ ПРАВИЛО

Повільно — це нормально. Повільно — базисно спокійніше!

DOBRO DOŠLI U HRVATSKU!
Ласкаво просимо до Хорватії!
Новий мовний шпалтар, який буде корисним і для вас — невдовзі!

UkrZagreb

ОСВІТА

ЗБЕРЕЖІТЬ ЦЮ ШПАРГАЛКУ

Щоб потрібні фрази завжди були під рукою

Намислимо на зберіжимо для себе!

ДЛЯ ЖИТТЯ В ХОРВАТІЇ
Допомагає у магазинах, транспорті, державних установах та щоденному спілкуванні.

ДЛЯ ПОДРОЖЕЙ МІСТОМ
Легко орієнтуєтесь, запитуйте дороги та знаходьте потрібні місця.

ДЛЯ ЩОДЕННОГО СПІЛКУВАННЯ
Будьте впевнені у будь-якій ситуації та вражайте своєю хорватською!

Sretno!

Успіхів у вивченні хорватської мови!

Додаток Є

Допис рубрики «Спільнота».

https://www.instagram.com/p/DZI0MAbjaJf/?img_index=6

ЗАГРЕБ
УКРАЇНСЬКІ ЗАКЛАДИ в Загребі,
 ДЕ МОЖНА ВІДЧУТИ СЕБЕ ЯК УДОМА
 Місця, створені українцями або для українців, де на вас чекають тепла атмосфера, смачна їжа та рідна мова.
 ЗВЕРНИТЬ ДОБРИКУ
 СМАЧНО, ПОУКРАЇНСЬКИ, У ЗАГРЕБІ.

ЗАГРЕБ
DUBRAVA
Чашанка України в Загребі
authentic ukrainian cuisine
 СПРАВЖНЯ УКРАЇНСЬКА КУХНЯ
 АТМОСФЕРА ТЕПЛА І ЗАТИШКУ
 ЧАСТИНКА УКРАЇНИ В ЗАГРЕБІ
 Ул. Josipa Stadlera 75, 10000 Zagreb

ЗАГРЕБ
BROCCOLI BAND
Українська ініціатива в центрі Загреба
Супи в істинних смаканичках
 НЕЗВИЧАЙНИЙ ФОРМАТ
 КОРИСНЕ МЕНЮ
 УКРАЇНСЬКА ІНІЦІАТИВА
 Є БОРЩИ
 Уліцка 17, Zagreb
 +385 97 674 9999
 10:00am - 12:00am

ЗАГРЕБ
COFFEE & WINE BAR "POLO"
 Кав'ярня, створена українцями, яка стала частиною міського життя Загреба.
 ЗНАЙОМА АТМОСФЕРА
 МОЖНА ПОЧУТИ УКРАЇНСЬКУ МОВУ
 ПОДІЇ ТА ЗУСТРІЧІ
 АДРЕСА: Бурішева улица 15, 10000 Zagreb

О, ДО РЕЧІ!
УКРАЇНСЬКИЙ АКУСТИЧНИЙ РОК У ЗАГРЕБІ
5 ЧЕРВНЯ 20:00
 Акустичний благодійний концерт
ГРУП Чорніца
 Авторські пісні
 Атмосферне акустичне звучання
 Живий виступ українських музикантів
 Чудова нагода провести вечір у колі української спільноти та підтримати українських виконавців.
ВХІД - ДОНАТ
 Coffee & Wine Bar "Polo"
 Бурішева улица 15, 10000 Zagreb

ЗАГРЕБ
ДЕ ШУКАТИ УКРАЇНСЬКІ ПОДІЇ ТА ІНІЦІАТИВИ?
 Канали та спільноти, де українці в Загребі дізнаються новини, діляться досвідом і підтримують одне одного.
ХОРВАТІЯ UA
ЧЕРВОНА КАЛИНА
УКРАЇНСЬКА ГРОМАДА МІСТА ЗАГРЕБА
 Сами тут найбільше з'являється інформація про нові українські заклади, події, зустрічі та ініціативи.

Додаток Ж



Освіта 📎



Спільнота...



Дозвілля 🎭



Новини 📰



Життя в 🇪🇺



Про нас ✨

Додаток 3

Візуальне наповнення добирається відповідно до тематики матеріалів.

https://www.instagram.com/p/DYettQYjT5o/?img_index=1

JARUN
озеро, риб, бідолаха
Одне з найпопулярніших місць у Загребі для активного відпочинку та прогулянок біля води.

- ВЕЛОДОРОЖКИ** Велика кількість доріжок для прогулянок, бігу, велосипедної їзди.
- ДИТЯЧІ МАЙДАНЧИКИ** Сучасні, красиві та безпечні майданчики для дітей різного віку.
- СПОРТИВНІ ЛОКАЦІЇ** Майданчики для футболу, волейболу, баскетболу, аеробік зони та інші спортивні комплекси.
- КАВЕ ТА ЗОНА ВІДОПОЧИНКУ** Багато кафе, терас і зонки для відпочинку та відпочинку з друзями або родиною.

BUNDEK
парк, природа, події
Одне із найкрасивіших парків у Загребі, ідеальне місце для прогулянок, пікніків та спокійного відпочинку.

- БАГАТО ЗЕЛЕНИ** Велика кількість зелених насаджень та озера Плоскі.
- ДИТЯЧІ МАЙДАНЧИКИ** Сучасні, красиві та безпечні майданчики для дітей різного віку.
- СПОРТИВНІ МАЙДАНЧИКИ** Футбольні, баскетбольні, волейбольні, аеробік зони та інші спортивні комплекси.
- ПОДІЇ ТА ФЕСТИВАЛИ** У парку часто проводять фестивалі, флешмоби, концерти та інші заходи.
- ПІКНІКИ ТА ВІДОПОЧИНОК** У парку багато зон для відпочинку та відпочинку з друзями або родиною.

GORNJI GRAD
історія, панорами, атмосфера
Gornji Grad — історичне серце Загреба з вузькими вулицями, старовинною архітектурою та замковими комплексом.

- ПАМ'ЯТКИ ІСТОРИЇ** Старовинні будівлі, церкви, статуї та інші архітектурні цінності Загреба.
- ПАНОРАМИ МІСТА** Найкращий оглядовий пункт на долину міста, озера та околишніх гір.
- АТМОСФЕРНІ ВЕЧЕРИ** Увечері вулиці, старі будівлі та вузькі вулиці створюють особливий настрій.
- КАВЕ ТА РЕСТОРАНИ** Багато кафе та ресторанів з прекрасним видом на місто.
- ВЕЧІРНЯ АТМОСФЕРА** Велика кількість освітлених будівель, коли місто оповите романтичною атмосферою.

МАКСИМІР
природа, озеро, спокій
Максимір — один із найбільш красивих парків Загреба та чудове місце для відпочинку серед природи.

- ВЕЛИКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ПАРК** Простір для активного відпочинку, бігу та відпочинку на природі.
- ОЗЕРА ТА ПРИРОДА** Велике озеро, ліси, скелясті ділянки та інші природні цінності на величезній території.
- МІСЦЯ ДЛЯ ПІКНІКІВ** Багато місць для відпочинку, відпочинку та відпочинку з друзями або родиною.
- ВІДОПОЧИНОК ДЛЯ СІМ'ЯК** Великі дитячі майданчики та інші спортивні комплекси для всіх вікових груп.
- ЗАБІВКА ЗОО ПОРЧ** Загляньте загляньте в парк мавп — це дуже цікаво.
- КВАДРО ЗАХИСТІ ЗОО** Для охорони природи та популяризації знань про природу.

SLJEME
природа, ерабиди, активний відпочинок
Sljeme — популярне місце для втечі від міського шуму та відпочинку серед природи неподалік Загреба.

- ПРИРОДА ТА СВИЖЕ ПОВІТРЯ** Чисте повітря та свіже повітря та свіже повітря.
- МАРШРУТИ ДЛЯ ПРОГУЛЯНОК** Чудові маршрути для прогулянок з прекрасним видом на місто.
- КАНАТНА ДОРОГА** Сучасний спосіб швидко дістатися до вершин і насолодитися прекрасним видом на місто.
- ПАНОРАМИ ЗАГРЕБА** З висоти оглядається міський пейзаж та околишні гори.
- ПІКНІКИ ВІДОПОЧИНКУ ТА КАВЕ** Багато місць для відпочинку біля озера та відпочинку з друзями або родиною.
- ВІДОПОЧИНОК У ВІДУ-ЛІНІЮ ПОРУ РОКУ** Влітку — прогулянки в сонячному світлі, взимку — відпочинок в атмосфері снігу.

ДЯКУЄМО, що відкриває Загреб разом з нами
ЗБЕРІГАЙТЕ ІДЕЇ ДЛЯ ПРОГУЛЯНОК У ЗАГРЕБІ

- JARUN** Одне з найкращих місць для активного відпочинку.
- BUNDEK** Ідеальне місце для відпочинку та відпочинку з друзями.
- GORNJI GRAD** Історичне серце міста та прекрасний вид на долину.
- МАКСИМІР** Великий парк з прекрасним видом на місто.
- SLJEME** Прекрасне місце для відпочинку та відпочинку з друзями.





А ЯКЕ МІСЦЕ У ЗАГРЕБІ подобається вам найбільше?

ДЕ ПОГУЛЯТИ У ЗАГРЕБІ навесні та влітку?


найкращі парки та локації для відпочинку в місті

Зберігайте, щоб не загубити

Додаток И



+ **ukr.zagreb**    

Готові до...




UkrZagreb • Ukrainian community

13 дописи 50 читачі 15 за ким стежить користувач

- українці в Загребі 
- події/поради/важливе
- Маєте новини ? Напишіть нам 

[+ Додати банери](#)

Ваша інформаційна панель
↗ Переглядів за останні 30 днів: 2,2 тис.

[Редагувати](#) [Поширити профіль](#) 

Додаток І



Перегляди



Останні 30 днів ▾

6 трав. - 4 черв.



- Читачі 71,9%
- Не читачі 28,1%

Охоплені облікові записи 235
0%

Додаток І

 **Ваша інформаційна панель** 

Статистика 6 трав. - 4 черв.

 Тепер ви можете бачити статистику свого контенту й читачів в одному місці. ✕
[Вимкнути статистику](#)

Перегляди ↗ 2,2 тис. >

Взаємодії ↗ 305 >

Нові читачі 0 >

Додаток Й

Останні 30 днів ▾

6 трав. - 4 черв.

За типом контенту

Усі

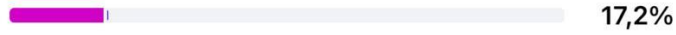
Читачі

Не читачі

Дописи



Розповіді



● Читачі

● Не читачі

За популярністю контенту [Переглянути все](#)



V. АНОТАЦІЯ

Журавльова П. М. Створення новинного контенту для українців у Загребі (розроблення інстаграм-медіа)

Ключові слова: новинний контент, інстаграм-медіа, UkrZagreb, українці в Загребі, соціальні мережі, локальна комунікація, Хорватія, інформаційний простір, адаптація, візуальні матеріали.

UkrZagreb — авторське інстаграм-медіа, зосереджене на новинному контенті для українців у Загребі. Проєкт подає події, ініціативи, культурні заходи, освітні можливості та практичні відомості, важливі для людей, які проживають у столиці Хорватії або адаптуються до нового міського середовища.

Основу сторінки становлять локальні новини та матеріали про повсякденне життя в місті. Вона поєднує повідомлення про актуальні події, корисні сервіси, діяльність громади, дозвілля, освіти та можливості для інтеграції. Через такі публікації читачі отримують не лише оперативні повідомлення, а й практичні орієнтири для життя в Загребі.

Окреме місце в проєкті займає візуальна подача матеріалів. Карусельні дописи, сторіз та актуальні добірки допомагають структурувати відомості, полегшують навігацію сторінкою і дають змогу швидко знаходити потрібну інформацію. Короткі текстові блоки, зрозумілі акценти й тематичні розділи роблять матеріали зручними для сприйняття в соціальній мережі.

UkrZagreb є актуальним локальним медіапроєктом для громади в Загребі. Він поєднує оперативне інформування, практичну користь і підтримку зв'язків усередині спільноти. Проєкт сприяє розвитку доступного новинного простору для аудиторії, яка потребує зрозумілої, перевіреної та локально орієнтованої інформації про життя в Хорватії.

ANNOTATION

Zhuravlova P. M. Creating News Content for Ukrainians in Zagreb: Development of an Instagram Media Project

Keywords: news content, Instagram media, UkrZagreb, Ukrainians in Zagreb, social networks, local communication, Croatia, information space, adaptation, visual materials.

UkrZagreb is an authorial Instagram media project focused on news content for Ukrainians in Zagreb. The project presents events, initiatives, cultural activities, educational opportunities, and practical information relevant to people living in the capital of Croatia or adapting to a new urban environment.

The page is based on local news and materials about everyday life in the city. It combines updates on current events, useful services, community activities, leisure, education, and integration opportunities. Through these publications, readers receive not only timely updates but also practical guidance for life in Zagreb.

Visual presentation plays an important role in the project. Carousel posts, stories, and Highlights help structure information, make page navigation easier, and allow users to quickly find the details they need. Short text blocks, clear visual accents, and thematic sections make the materials convenient to perceive within the social network.

UkrZagreb is a relevant local media project for the community in Zagreb. It combines timely informing, practical value, and support for connections within the community. The project contributes to the development of an accessible news space for an audience that needs clear, verified, and locally focused information about life in Croatia.