

Факультет журналістики

Кафедра міжнародної журналістики

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему:

**Між свайпом і сенсом: створення українського новинно-аналітичного  
Instagram-проєкту про глобальні тренди покоління Зумерів**

Здобувачки (-а) IV курсу  
групи МЖб-2-22-4.0д  
ступеня вищої освіти «бакалавр»  
галузі знань 06 Журналістика  
спеціальності 061 Журналістика  
освітньої програми 061.00.05 Міжнародна  
журналістика  
**Єсик Анастасії Іванівни**

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

Науковий керівник: Скорофатова А.О.,  
канд.філол.наук, доцент, доцент кафедри  
міжнародної журналістики

\_\_\_\_\_ (підпис студента) \_\_\_\_\_ (ініціали, прізвище)

Кількість балів: \_\_\_\_\_ Оцінка: ECTS \_\_\_\_\_

Допускаю до захисту перед ЕК  
\_\_\_\_\_ Терещук В.І.  
завідувач кафедри міжнародної  
журналістики

Голова комісії

\_\_\_\_\_ (підпис)

\_\_\_\_\_ (ініціали, прізвище)

Члени комісії

\_\_\_\_\_ (підпис)

\_\_\_\_\_ (ініціали, прізвище)

\_\_\_\_\_ (підпис)

\_\_\_\_\_ (ініціали, прізвище)

\_\_\_\_\_ (підпис)

\_\_\_\_\_ (ініціали, прізвище)

## ЗМІСТ .

ВСТУП	3
РОЗДІЛ I ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВЗАЄМОДІЇ АУДИТОРІЇ, ПЛАТФОРМ ТА КОНТЕНТУ В СУЧАСНИХ МЕДІА	7
1.1. Покоління Z як аудиторія медіа: характеристики та медіаспоживання	7
1.2. Instagram як платформа для журналістського контенту	9
1.3. Новинно-аналітична журналістика в соціальних медіа: жанри та формати	12
РОЗДІЛ II СПЕЦИФІКАЦІЯ НОВИННО-АНАЛІТИЧНОГО INSTAGRAM-ПРОЄКТУ ПРО ГЛОБАЛЬНІ ТРЕНДИ ПОКОЛІННЯ ЗУМЕРІВ	16
2.1. Авторська ідея та обґрунтування проєкту	16
2.2. Змістові та концептуальні засади	17
2.3. Структура та контентна модель	18
2.4. Жанрово-форматна палітра контенту	21
2.5. Візуальне оформлення та особливості представлення матеріалів	23
2.6. Цільова аудиторія проєкту та її характеристика	25
РОЗДІЛ III ТЕХНІЧНЕ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЄКТУ	27
3.1. Засоби створення фото- та відеоконтенту	27
3.2. Інструменти редагування та візуального оформлення	29
3.3. Платформи та сервіси для публікації й управління контентом	30
ВИСНОВКИ	32
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	35
ДОДАТКИ	39
Додаток А	39
Додаток Б	40
АНОТАЦІЯ	42

## ВСТУП

**Актуальність проблеми дослідження.** Медіаринок змінюється швидше, ніж встигають реагувати редакції. Газети і телебачення для молодіжної аудиторії вже не є першоджерелом новин. У сучасних умовах значна частина комунікації перемістилася в соціальні мережі. Покоління Z – люди, народжені між 1997 і 2012 роками, – сформувало принципово нову модель медіаспоживання, в якій швидкість, візуальність і авторський голос важливіші за інституційний авторитет видання. Для молодіжної аудиторії традиційні медіа, зокрема газети й телебачення, поступово втрачають статус основного джерела новинної інформації, тоді як ключовими платформами для споживання контенту стають соціальні мережі. Потреба в аналітичному контенті не зникла; натомість відбувається трансформація каналів його споживання, зокрема молодіжна аудиторія дедалі частіше отримує аналітичну інформацію через платформи Instagram та TikTok, а не традиційні медійні ресурси.

Упродовж 2024–2025 років Instagram став однією з ключових платформ, через які молодіжна аудиторія вперше стикається із суспільно важливими та аналітичними темами. Питання кліматичних змін, трансформацій ринку праці, геополітичних процесів і культурних змін покоління Z дедалі частіше сприймає саме через контент у соціальних мережах. Водночас україномовний сегмент Instagram і надалі характеризується недостатньою кількістю якісного новинно-аналітичного контенту про глобальні тренди, адаптованого до інформаційних потреб та медіаспоживчих практик покоління Z. Більшість наявних акаунтів або подають інформацію в академізованій формі, або зводять складні теми до поверхневого викладу. Крім того, значна частина такого контенту репрезентує зумерів із позиції зовнішнього спостерігача, а не як повноцінного учасника суспільного діалогу. Саме цей дефіцит якісної, доступної та релевантної комунікації зумовлює актуальність створення проєкту «Між свайпом і сенсом».

**Об'єкт дослідження** – новинно-аналітичний Instagram-проект як форма сучасної журналістської діяльності в умовах цифрової медіакомунікації.

**Предмет дослідження** – концептуальні засади, структура та контентна модель україномовного Instagram-проекту, спрямованого на висвітлення глобальних тенденцій і суспільно важливих тем для покоління Z.

**Мета дослідження** – розробити й реалізувати концепцію новинно-аналітичного Instagram-проекту «Між свайпом і сенсом», орієнтованого на медіапотреби покоління Z і спрямованого на якісне україномовне висвітлення глобальних соціокультурних тенденцій.

**Завдання дослідження:**

- проаналізувати характеристики покоління Z як медіааудиторії та визначити особливості його медіаспоживання;
- дослідити Instagram як платформу для журналістського контенту та окреслити визначити її специфіку використання в новинно-аналітичній журналістиці;
- систематизувати жанри і формати новинно-аналітичного контенту в соціальних медіа;
- обґрунтувати авторську концепцію проекту та визначити його місце в українському медіапросторі;
- розробити контентну модель, систему рубрикації та візуальну ідентичність проекту;
- охарактеризувати цільову аудиторію та описати інструменти взаємодії з нею;
- визначити технічне й програмне забезпечення, необхідне для реалізації проекту.

**Методологія дослідження.** У роботі застосовано комплекс загальнонаукових і спеціальних методів дослідження. Метод аналізу застосовано до опрацювання наукових публікацій, присвячених поколінню Z, платформенній журналістиці і функціонуванню соцмережі. Метод порівняння дав змогу зіставити українські Instagram-проекти подібної тематики та виявити недостатньо представлені контентні ніші. Типологічний метод застосовано для систематизації жанрів і форматів новинно-аналітичного контенту в соціальних медіа. Метод

проектування став основою практичної частини дослідження, у межах якої було розроблено концепцію, структуру й контент-модель Instagram-проєкту. Крім того, використано метод моніторингу платформи для аналізу: алгоритмів Instagram і особливостей взаємодії аудиторії з контентом.

**Наукова новизна** полягає в комплексному обґрунтуванні концепції україномовного новинно-аналітичного Instagram-проєкту, орієнтованого на покоління Z і тематично зосередженого на висвітленні глобальних соціокультурних трендах. Запропонована контентна модель поєднує дотримання журналістських стандартів із платформною адаптивністю соціальних медіа. Розроблена модель може бути використана як практична основа для створення аналогічних медіапроєктів в українському цифровому середовищі.

**Практичне значення** полягає у створенні та запуску Instagram-проєкту з авторськими публікаціями, що демонструють практичне застосування запропонованої контентної моделі. Матеріали проєкту можуть бути використані студентами спеціальності «Журналістика» під час вивчення платформенної журналістики та цифрових медіа. Практичні результати дослідження також становлять інтерес для редакцій і медіафахівців, які працюють над ефективною комунікацією з молодіжною аудиторією.

**Апробація результатів дослідження.** Основні положення роботи апробовано на XVIII Міжнародній науково-практичній конференції «Digital transformation: science in search of answers to global questions», 5 травня 2026 року, Варшава, Польща.



**Публікації.** «Трансформація кар'єрних цінностей покоління Z в умовах глобальної нестабільності». Матеріали XVIII Міжнародній науково-практичній конференції «DIGITAL TRANSFORMATION: SCIENCE IN SEARCH OF ANSWERS TO GLOBAL QUESTIONS». Варшава, 2026. С. 248–251 [1].

**Структура роботи.** Робота складається з теоретичної та практичної частин. У теоретичній частині обґрунтовано актуальність і необхідність створення медіапроєкту, а також проаналізовано особливості платформенної журналістики та медіаспоживання покоління Z. Практична частина містить матеріали, пов'язані з розробленням і реалізацією медіапроєкту. Пояснювальна записка складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (25 позицій), додатків та анотації. Загальний обсяг роботи становить 43 сторінки, з них основний текст – 34 сторінки.

# РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВЗАЄМОДІЇ АУДИТОРІЇ, ПЛАТФОРМ ТА КОНТЕНТУ В СУЧАСНИХ МЕДІА

## **1.1 Покоління Z як аудиторія медіа: характеристики та медіаспоживання**

Покоління Z – умовна означення людей народжених між 1997 і 2012 роками, хоча науковці не мають єдиного підходу щодо точних хронологічних меж цього покоління. Водночас визначальним чинником є не стільки рік народження, скільки соціокультурний контекст формування покоління. Представники покоління Z дорослішали в умовах повсюдного поширення цифрових технологій, коли смартфон та доступ до інтернету стали звичними елементами повсякденного життя ще з раннього дитинства. На відміну від покоління міленіалів, яке опанувало цифрове середовище вже у свідомому віці, зумери є поколінням, що від початку формувалося в умовах цифрової реальності й не має досвіду існування поза нею.

Це зумовлює формування принципово іншої моделі медіаспоживання. Представники покоління Z здебільшого не розмежовують онлайн і офлайн простір: сприймаючи їх як єдине комунікаційне середовище з різними форматами взаємодії. Новинну інформацію вони отримують переважно не через традиційні медіа, такі як телебачення чи друкована преса, а через соціальні мережі, де особистий контент, рекламні повідомлення та журналістські матеріали функціонують в одному інформаційному потоці. Дані дослідження Reuters Institute Digital News Report засвідчують, що молодь віком до 25 років дедалі рідше звертається до новинних сайтів безпосередньо і натомість частіше споживає інформацію під час перегляду соціальних платформ [13].

У структурі медіаспоживання покоління Z особливе місце посідають платформи Instagram і TikTok. На відміну від Facebook, який переважно зберігає популярність серед старших поколінь, ці соціальні мережі є основними каналами комунікації та отримання інформації для молодіжної аудиторії. Інформаційний простір зумерів формується навколо коротких відеоформатів, зокрема Reels, Stories та відео із субтитрами, що поєднують лаконічність, високу динаміку подачі й візуальну привабливість. Водночас поширене уявлення про небажання покоління

Z взаємодіяти зі складним контентом є спрощеним. Представники цієї аудиторії активно споживають довгі відеосеї, аналітичні матеріали та тематичні подкасти. Однак первинне ознайомлення з темою найчастіше відбувається саме через короткий платформний контент, який виконує роль точки входу до подальшого глибшого споживання інформації [8; 22].

Рівень інституційної довіри серед представників покоління Z помітно нижчий порівняно з попереднім поколінням, і це стосується не лише медіасфери, а й державних, корпоративних та релігійних інституцій. Для зумерів характерне критичне ставлення до традиційних авторитетів і підвищена потреба в прозорості та автентичності комунікації. Значно вищий рівень довіри викликають конкретні автори, мікроінфлюенсери та творці контенту, які демонструють власну позицію, персоналізований стиль комунікації та відкритість щодо джерел інформації. У зв'язку з цим персоналізована журналістика в соціальних медіа розвивається динамічніше, ніж традиційні редакційні бренди. Акаунти з виразною авторською ідентичністю часто ефективніше залучають молодіжну аудиторію, ніж офіційні медіаресурси, орієнтовані на стандартизовану форму подачі контенту [15; 16].

Соціальна чутливість є однією з визначальних характеристик покоління Z. Це покоління дорослішало під час пандемії, кліматичних протестів, рухів за рівність, а в Україні – під час повномасштабного вторгнення. Інформаційна надзвичайність стала для них фоном життя. Звідси й специфічна вимога до контенту. Унаслідок цього стан інформаційної надзвичайності став для молодшої аудиторії постійним елементом повсякденного досвіду. Ці обставини вплинули й на специфіку медіапотреб покоління Z. Молодіжна аудиторія виявляє зацікавлення суспільно важливими темами, однак водночас очікує від контенту емоційно відповідального подання без надмірного драматизму та маніпулятивного нагнітання [7; 17]. Саме тому довіру здобувають автори, які здатні говорити про складні явища зрозумілою мовою, зберігаючи баланс між аналітичністю, емпатією та достовірністю.

Покоління Z не є однорідною соціальною групою, оскільки його представники формуються в різних культурних, економічних і технологічних умовах. Відмінності між зумером із Лондона та зумеркою з Полтави нерідко є

суттєвішими, ніж між представниками різних поколінь у межах одного суспільства. На формування медіапрактик покоління Z впливають соціальний статус, рівень освіти, доступ до цифрових технологій та специфіка інформаційного середовища. Українські зумери мають особливий соціокультурний досвід, сформований в умовах тривалої інформаційної напруги та повномасштабної війни. У такому контексті медіаграмотність набуває не лише освітнього, а й практичного значення як інструмент орієнтації в умовах інформаційної війни [4; 2]. Це формує аудиторію з високими вимогами до якості контенту, яка очікує від медіапроектів не лише оперативного інформування, а й глибшого контексту, аналітичного осмислення та прозорості авторської позиції.

## **1.2 Instagram як платформа для журналістського контенту**

Після появи Instagram у 2010 році платформа сприймалася переважно як мобільний застосунок для обміну фотографіями з елементами візуальної стилізації. Однак упродовж наступних років вона трансформувалася в один із провідних глобальних комунікаційних майданчиків. Сьогодні Instagram об'єднує мільярди користувачів і для значної частини аудиторії виконує функцію не лише соціальної мережі, а й джерела новинної інформації, аналітики та суспільних дискусій. Формування журналістського контенту в Instagram відбувається відповідно до специфіки платформи, де визначальну роль відіграє візуальна комунікація. На відміну від традиційних медіа, у яких домінує текстове подання інформації, Instagram орієнтований насамперед на зображення, відео та візуально структурований контент. Саме тому журналістика в межах цієї платформи функціонує за окремими принципами, що потребують адаптації форматів, стилю подання та способів взаємодії з аудиторією.

Ця особливість пов'язана не лише з технічним інтерфейсом платформи, а й зі специфікою її комунікаційної логіки. В Instagram фотографія або відео виступають не допоміжною ілюстрацією до тексту, а самостійним інформаційним повідомленням. Унаслідок цього традиційні підходи друкованої журналістики, орієнтовані на домінування тексту та другорядність візуального елемента, виявляються малоефективними в умовах платформи. Натомість ефективна

комунікація в Instagram передбачає здатність вибудувувати зміст через візуальні засоби – послідовність слайдів, композицію кадру, типографіку, кольорові рішення та динаміку подачі інформації. Саме тому якісно структурований візуальний контент, зокрема формат каруселі, здатний забезпечувати значно ширше поширення складних аналітичних тем, ніж традиційна текстова стаття на новинному сайті.

Архітектура Instagram передбачає наявність кількох форматів контенту, кожен із яких виконує окремі комунікаційні функції та може бути адаптований до різних журналістських завдань. Публікації в стрічці та формат каруселі створюють умови для подання аналітичного контенту, оскільки передбачають більш зосереджену взаємодію користувача з матеріалом і послідовне перегортання слайдів. Такий формат дає змогу структурувати складну інформацію у візуально доступний спосіб. Stories орієнтовані на оперативну комунікацію та швидке реагування на інформаційні події. У межах цього формату ефективно функціонують короткі коментарі до новин, опитування, інтерактивні елементи та подача окремих фактів у режимі реального часу. Формат Reels, заснований на короткому вертикальному відео, забезпечує найширше органічне охоплення завдяки рекомендаційним алгоритмам платформи та є ефективним інструментом залучення нової аудиторії. Окрему функцію виконують Highlights, які дають змогу зберігати тимчасові Stories у вигляді постійно доступних тематичних добірок. У журналістських Instagram-проектах вони фактично виконують роль рубрикації та архіву контенту.

На поширення контенту в Instagram суттєво впливають не лише його змістові характеристики, а й особливості алгоритмічного функціонування платформи. Алгоритми Instagram орієнтовані передусім на показники залученості аудиторії та тривалості взаємодії з контентом. Найбільше значення мають такі дії користувачів, як збереження публікацій, поширення матеріалів та коментування, тоді як кількість вподобань уже не є визначальним показником ефективності. Для журналістського контенту це означає необхідність створення матеріалів, які мають практичну цінність для аудиторії та стимулюють повторну взаємодію. Якщо публікація сприймається як корисна або важлива, користувачі зберігають її, поширюють серед

знайомих і повертаються до неї повторно. У таких умовах аудиторія фактично стає активним учасником процесу дистрибуції контенту. На відміну від традиційних медіа, де охоплення значною мірою залежало від фінансових ресурсів і рекламного просування, у соціальних мережах ключову роль відіграє здатність контенту підтримувати залученість користувачів [[10](#); [12](#); [20](#)].

Водночас Instagram має низку суттєвих платформених обмежень, які безпосередньо впливають на специфіку журналістської роботи. Архітектура платформи побудована таким чином, щоб максимально утримувати користувача всередині застосунку, зокрема через обмеження можливостей переходу на зовнішні ресурси. Посилання в описах до публікацій залишаються не клікабельними, що ускладнює перенаправлення аудиторії до повноформатних матеріалів на інших платформах. Унаслідок цього журналістський контент в Instagram має бути максимально самодостатнім і завершеним. Публікація виконує функцію не короткого анонсу, а повноцінного інформаційного матеріалу, здатного самостійно пояснити тему без необхідності переходу на додаткові джерела. Така специфіка платформи формує потребу в особливих навичках адаптації складної інформації до стислих візуально-текстових форматів, зберігаючи при цьому змістову повноту та зрозумілість для аудиторії.

Роль Instagram як інформаційного майданчика особливо виразно проявилася під час масштабних суспільних криз і резонансних подій. Пандемія, протести після загибелі Джорджа Флойда, а для України – повномасштабне вторгнення Росії у 2022 році продемонстрували, що значна частина молодшої аудиторії отримувала оперативну інформацію саме через Instagram, а не через традиційні медіа чи новинні сайти. Ці події засвідчили здатність платформи виконувати суспільно важливі інформаційні функції, зокрема оперативне інформування, пояснення складних процесів і формування публічної дискусії [[5](#); [11](#)]. Водночас ефективність такої комунікації значною мірою залежить від конкретних авторів, журналістів або медіапроектів, які свідомо беруть на себе відповідальність за створення достовірного, зрозумілого та контексту алізованого контенту.

### **1.3 Новинно-аналітична журналістика в соціальних медіа: жанри та формати**

Соцмережі не просто додали нові канали поширення інформації, а суттєво трансформували саму жанрову систему журналістики. Класичні форми журналістики, що зародилися в друкованій пресі та згодом були адаптовані до телебачення і онлайн-медіа, в умовах платформеної комунікації змушені змінюватися відповідно до нових моделей споживання контенту. Унаслідок цього новинно-аналітична журналістика в соціальних медіа функціонує за окремими принципами, які передбачають інші підходи до структури матеріалу, способів подачі інформації та взаємодії з аудиторією. Соціальні платформи формують власні критерії ефективності та якості контенту, що відрізняються від традиційних медійних стандартів, однак не обов'язково є свідченням спрощення журналістики. Навпаки, платформна журналістика потребує адаптації складних тем до нових форматів комунікації без втрати змістової глибини й аналітичності. Тому розгляд журналістики в соціальних мережах як спрощеної версії «традиційної» журналістики є некоректним і не враховує специфіки сучасного цифрового медіасередовища.

Традиційно журналістські жанри поділяють на інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні. Однак у середовищі соціальних медіа межі між цими жанровими категоріями поступово розмиваються. Один і той самий матеріал може одночасно поєднувати ознаки новини, коментаря, репортажу чи авторського пояснення, що є характерною рисою платформеної журналістики. Така гібридизація жанрів зумовлена специфікою цифрового середовища, високою швидкістю комунікації та потребою адаптації інформації до коротких і динамічних форматів. Водночас сучасне медіасередовище сформувало низку специфічних форматів, характерних саме для соціальних мереж і таких, що не мають прямих аналогів у традиційній журналістиці. До них належать, зокрема, каруселі, короткі вертикальні відео, пояснювальні Stories, інтерактивні формати та персоналізований авторський контент.

Для систематизованого аналізу жанрово-форматної структури новинно-аналітичної журналістики в соціальних медіа доцільно подати її у вигляді порівняльної таблиці (див. табл. 1.1).

Жанр	Характеристика	Типовий формат на Instagram	Функція
Новинний пост	Коротке повідомлення про подію з базовим контекстом	Одна публікація або Stories	Інформування
Аналітична карусель	Багато слайдовий матеріал із розгорнутим поясненням теми	Carousel (до 10 слайдів)	Пояснення, аналіз
Думка/Коментар	Авторська позиція щодо актуального явища	Текстовий допис або Reels	Оцінка, дискусія
Пояснювальна журналістика (explainer)	Матеріал, що відповідає на питання «чому це відбувається»	Carousel або інфографіка	Просвітництво, пояснення
Дайджест	Добірка ключових подій за певний період	Carousel або Stories-серія	Огляд, навігація в інформаційному полі
Тренд-аналіз	Опис і пояснення суспільного або культурного явища	Carousel, Reels	Контекстуалізація
Інтерактивний матеріал	Опитування, тести, запитання до аудиторії	Stories з інтерактивними елементами	Залучення, зворотний зв'язок

Табл. 1.1 Жанри новинно-аналітичної журналістики в соціальних медіа.

Особливе місце серед усіх жанрів новинно-аналітичної журналістики в соціальних медіа посідає пояснювальна журналістика (explainer). Саме цей формат найточніше відповідає інформаційним потребам покоління Z, для якого важливим є розуміння причини, передумов і можливих наслідків подій. Пояснювальна журналістика орієнтована на інтерпретацію складних явищ у доступній формі без втрати змістової глибини. У соціальних медіа explainer зазвичай будується навколо конкретного проблемного запитання, наприклад: «Чому зростають ціни?» або «Що таке регулювання штучного інтелекту і навіщо воно потрібне?». Такий формат передбачає послідовне пояснення теми – від базових понять до складніших аспектів – із використанням візуальних і структурних елементів, які полегшують сприйняття інформації. Водночас ключовою рисою пояснювальної журналістики

залишається прагнення уникнути надмірного спрощення складних суспільних процесів [6; 19].

Не менш важливим форматом новинно-аналітичної журналістики в соціальних медіа є тренд-аналіз, який набув особливої популярності саме в контексті контенту про покоління Z. У цьому випадку поняття тренду трактується значно ширше, ніж короткотривалий вірусний феномен у цифровому середовищі. Йдеться насамперед про соціокультурні процеси та зміни, що мають суспільне значення й потребують журналістського осмислення. Об'єктом тренд-аналізу можуть бути трансформації ставлення молоді до соціальних інститутів, нові моделі споживання, зміни у сприйнятті кар'єри, освіти, міжособистісних стосунків або культурних практик. Такий формат поєднує елементи аналітики, пояснювальної журналістики та соціокультурного коментаря, забезпечуючи аудиторії ширший контекст для розуміння актуальних змін у суспільстві [7; 25]. Саме контент, побудований на аналізі глобальних і локальних трендів, становить тематичну основу проєкту «Між свайпом і сенсом».

Окрім жанрової класифікації, важливим аспектом новинно-аналітичної журналістики в соціальних медіа є типологія форматів подання інформації, зумовлена технічними й комунікаційними можливостями конкретної платформи (див. табл. 1.2).

<b>Формат</b>	<b>Тривалість/обсяг</b>	<b>Сильні сторони для аналітики</b>	<b>Обмеження</b>
Статична публікація	1 зображення + до 2200 символів підпису	Глибокий текстовий коментар	Нижчий рівень органічного охоплення
Карусель	2–10 слайдів	Структурований виклад, висока збережуваність	Потребує сильного першого слайду
Reels	15 сек. – 3 хв.	Широке охоплення завдяки алгоритмічному просуванню	Обмежені можливості для глибокого аналізу, складніше виробництво
Stories	Фото або відео тривалістю до 60 секунд	Оперативність, інтерактивність	Тимчасовий характер контенту, зникають через 24 години
Highlights	Архів Stories	Тематична систематизація та рубрикація контенту	Низька видимість для нових підписників
Live	Без часових обмежень	Безпосередній контакт із аудиторією	Потребує попередньої анонсації

Табл. 1.2 Формати подання контенту на Instagram та їхній аналітичний потенціал.

Платформна журналістика висуває специфічні вимоги до способів подання інформації, однією з яких є висока концентрація змісту в межах короткого часу взаємодії з контентом. В умовах стрічки Instagram користувач ухвалює рішення про подальшу взаємодію з матеріалом протягом кількох секунд, тому перший слайд каруселі, початкові рядки підпису або перші секунди відео мають ключове значення для утримання уваги аудиторії. Така особливість не свідчить про поверхневність платформеної комунікації, а формує окрему професійну практику, що вимагає від журналіста здатності лаконічно й чітко сформулювати основну думку без надмірних вступних конструкцій [9; 23].

Водночас якісна новинно-аналітична журналістика в соціальних медіа зберігає базові стандарти професійної діяльності, зокрема верифікацію фактів, використання достовірних джерел, розмежування фактів і оціночних суджень, а також готовність до виправлення помилок. Саме поєднання журналістських стандартів із платформенною адаптивністю та розумінням специфіки цифрового середовища відрізняє професійний медіапроект від звичайного інформаційного акаунту в соціальних мережах.

## РОЗДІЛ II. СПЕЦИФІКАЦІЯ НОВИННО-АНАЛІТИЧНОГО INSTAGRAM-ПРОЄКТУ ПРО ГЛОБАЛЬНІ ТРЕНДИ ПОКОЛІННЯ ЗУМЕРІВ

### 2.1 Авторська ідея та обґрунтування проєкту

Ідея проєкту «Між свайпом і сенсом» (Instagram-акаунт @svidomyi.swipe) виникла внаслідок спостереження за особливостями україномовного інформаційного простору у соціальних мережах. Значна частина контенту, пов'язаного з поколінням Z, або репрезентує молодь як об'єкт іронічного чи відсторонено-аналітичного осмислення, або орієнтується на неї виключно в межах розважального формату без належної журналістської глибини. Водночас у цифровому середовищі майже відсутні медіапроєкти, які б системно й доступно пояснювали молодій аудиторії глобальні соціокультурні процеси, що безпосередньо впливають на її повсякденний досвід і формування світогляду. Саме цей дефіцит якісного україномовного новинно-аналітичного контенту для покоління Z став відправною точкою для створення проєкту «Між свайпом і сенсом». Концептуальна основа проєкту полягає у створенні медіа, орієнтованого на комунікацію з поколінням Z на засадах рівноправного діалогу. Проєкт не використовує ані зверхнього тону, ані штучної стилізації під «молодіжну» комунікацію, натомість прагне зрозуміло й коректно пояснювати соціальні, культурні та економічні явища, які безпосередньо впливають на досвід молоді аудиторії.

Редакційна концепція проєкту ґрунтується на трьох принципах. Першим є релевантність, відповідно до якої кожна публікація має порушувати питання або проблеми, що є актуальними для цільової аудиторії чи можуть набути значення – в її повсякденному житті. Другим принципом є чесність, що передбачає прагнення до неупередженого висвітлення складних тем без штучного драматизму або, навпаки, безпідставного заспокоєння аудиторії. Третім принципом є доступність без спрощення – адаптація складних соціологічних, економічних і культурних процесів до зрозумілої форми подання без втрати змістової глибини та аналітичності. Кожен із цих принципів окремо є характерним для сучасної платформеної журналістики, однак їхнє системне поєднання в межах

україномовного Instagram-проєкту залишається відносно рідкісним явищем у сучасному цифровому медіасередовищі.

Доцільність створення проєкту підтверджено, зокрема аналізом медійного ринку: станом на 2024–2025 роки в україномовному сегменті Instagram практично відсутні медіапроєкти, які б поєднували новинно-аналітичний контент, орієнтацію на покоління Z та системне висвітлення глобальних соціокультурних тенденцій. Наявні акаунти переважно функціонують у суміжних нішах, пропонуючи або новини без глибокого аналітичного компонента, або розважальний чи психологічний контент без виразної журналістської складової, або орієнтуються на англomовну аудиторію. Проєкт @svidomyi.swipe займає чітко окреслену та недостатньо представлену нішу в українському цифровому медіапросторі. Це створює умови для його органічного конкурентного позиціонування та зменшує потребу в боротьбі за увагу аудиторії в межах перенасиченого сегмента однотипного контенту.

## **2.2 Змістові та концептуальні засади**

У основі проєкту – ідея свідомого медіаспоживання як важливої громадянської компетентності в умовах сучасного інформаційного середовища навички. Стрімке зростання обсягів інформації та постійна присутність людини в цифровому просторі актуалізують потребу у здатності критично осмислювати інформаційні потоки, відокремлювати суспільно значущі теми від другорядних і формувати власне розуміння подій. Проєкт не позиціонується як ще одне джерело оперативних новин. Його основна функція полягає у створенні умов для розвитку компетенцій усвідомленого споживання інформації, критичного мислення та контекстуального розуміння глобальних соціокультурних процесів серед молодіжної аудиторії.

Тематичне ядро проєкту формують глобальні тренди, що безпосередньо впливають на життєвий досвід покоління Z: трансформація моделей зайнятості й ставлення до кар'єри, зміна інституту міжособистісних стосунків в умовах цифрової комунікації, розвиток екологічної свідомості та суперечності між декларованими цінностями та повсякденними практиками, питання фінансової

незалежності й економічних очікувань молоді, культурні зсуви у сприйнятті дорослішання й соціальної зрілості. Добір цих тем не є випадковим, оскільки кожна з них відображає суспільні процеси, які покоління Z переживає як частину власного повсякденного досвіду, особисте, навіть у межах глобальних тенденцій [16; 24].

Тональність проєкту можна описати як довірливу, але водночас професійно стриману. Авторський стиль комунікації орієнтований на формат рівноправного діалогу з аудиторією, у межах якого складні суспільні теми подаються без повчального тону чи надмірної дистанції. Комунікаційна модель проєкту передбачає не нав'язування готових відповідей, а створення простору для осмислення актуальних явищ через чітко сформульовані питання та аналітичний контекст. Саме така тональність @svidomyi.swipe відрізняє @svidomyi.swipe від акаунтів, які або повчають молодь, або повністю зводять взаємодію до іронічного чи розважального контенту, уникаючи серйозного осмислення суспільно важливих тем.

Концептуально важливим є також вибір мови комунікації: україномовність проєкту – це ціннісна позиція. В умовах, коли значна частина контенту для молодіжної аудиторії в Україні досі виробляється або російською, або є прямим перекладом англійських матеріалів без адаптації до українського контексту, свідоме україномовне медіа про глобальні тренди є одночасно журналістським і культурним жестом.

### **2.3 Структура та контентна модель**

Контент-модель @svidomyi.swipe ґрунтується на поєднанні двох засад, сталої рубрикації та оперативного реагування на актуальні суспільні події й тенденції. Система рубрик виконує функцію структуризації контенту та формує для аудиторії передбачувану модель взаємодії з проєктом. Регулярність тематичних форматів сприяє формуванню стабільної читацької звички та підвищує рівень залученості аудиторії. Водночас тематичне різноманіття між рубриками дає змогу підтримувати інтерес користувачів і уникати одноманітності контенту. Основний контент у стрічці публікується із частотою 4–5 матеріалів на тиждень, тоді як Stories використовуються для щоденної комунікації з аудиторією,

оперативного реагування на події та підтримання постійної присутності проєкту в інформаційному просторі користувачів (див. табл. 2.1).

Рубрика	Тематика	Формат	Регулярність
Тренд під мікроскопом	Аналіз одного глобального соціокультурного тренду	Карусель 6–10 слайдів	2 рази на тиждень
Цікавий факт про зумерів	Несподіваний або контрінтуїтивний факт з поясненням	Карусель 3–5 слайдів	1 раз на тиждень
Коротко	Порівняння двох явищ або позицій	Карусель 4–6 слайдів	1 раз на тиждень
Хто такі зумери?	Серія-пояснення про покоління Z для ширшої аудиторії	Карусель + Reels	За потребою
Питання аудиторії	Інтерактивне обговорення актуальної теми	Stories з опитуванням	Щотижня

Таблиця 2.1 Рубрикація проєкту @svidomyi.swipe.

Кожна публікація будується за структурною моделлю, що складається з чотирьох елементів: гачок, контекст, основний зміст та висновок. Перший слайд каруселі або перші секунди Reels виконують функцію привернення уваги: у них формулюється проблемне питання або окреслюється явище таким чином, щоб аудиторія могла співвіднести його з власним досвідом чи актуальними суспільними настроями. Далі два-три слайди дають контекст, пояснюючи походження явища, причини його виникнення та чинники, що впливають на його розвиток. Потім розгортається основний аналітичний зміст матеріалу, у межах якого тема розглядається детальніше та доповнюється прикладами, поясненнями або статистичними даними. Фінальний слайд виконує функцію підсумку: або містить відкрите питання до аудиторії, або пропонує чітке авторське резюме (див. табл. 2.2).

Слайд	Елемент	Функція	Орієнтовний обсяг тексту
1	Заголовок-гачок	Привернення уваги, впізнавання	5–10 слів
2	Контекст/вступ	Введення в тему	30–50 слів
3–7	Основний зміст	Аналіз, факти, пояснення	40–60 слів на слайд
8–9	Висновок/авторська позиція	Підсумок, оцінка	30–40 слів
10	СТА + питання	Залучення, коментарі	10–20 слів

Таблиця 2.2 Структура публікації-каруселі в проєкті.

Контент-план проєкту формується на основі тижневого циклу публікацій з урахуванням алгоритмічних особливостей платформи та пікових годин активності

цільової аудиторії. Аналіз поведінкових показників підписників показує найвищу залученість у вівторок-четвер у вечірній час (19:00–22:00) та в суботу вранці. Ці дані враховуються під час планування графіка публікацій і визначення часу виходу ключових новинно-аналітичних матеріалів (див. табл. 2.3).

День	Формат	Рубрика	Платформа
Понеділок	Stories	Анонс тижневих тем, опитування	Stories
Вівторок	Карусель	Тренд під мікроскопом	Стрічка
Середа	Stories	Факт дня, запитання аудиторії	Stories
Четвер	Карусель	Цікавий факт / Коротко	Стрічка
П'ятниця	Reels або карусель	Тренд під мікроскопом або ситуативний матеріал	Стрічка
Субота	Stories	Підсумок тижня, взаємодія	Stories
Неділя	Пауза або архівний матеріал	Highlights	За потребою

Таблиця 2.3 Тижневий контент-план проєкту.

Highlights – це закріплені тематичні добірки Stories. Вони виконують роль архіву рубрик і часто стають першою точкою ознайомлення нових підписників з контентом проєкту та його тематичною спрямованістю. У проєкті Highlights структуровано відповідно до ключових тематичних напрямів: «Зумери», «Факти», «Про що?». Така система рубрикації забезпечує швидку орієнтацію в уже опублікованих матеріалах, полегшує доступ до архівного контенту та підтримує цілісність контентної моделі проєкту.

Наочну схему структурно-функціональної організації проєкту, взаємозв'язок жанрів і технологічний процес виробництва контенту подано у додатку А (див. рис. А.1, рис. А.2, рис. А.3).

## 2.4 Жанрово-форматна палітра контенту

Жанрова система @svidomyi.swipe формувалася під впливом двох ключових чинників. Першим із них є необхідність дотримання базових журналістських стандартів, зокрема достовірності, аналітичності та структурованості подання інформації. Другий – реалії Instagram, як висококонкурентного цифрового середовища, у межах якого користувачі щодня взаємодіють із великим обсягом контенту та ухвалюють рішення про подальший перегляд матеріалу протягом кількох секунд. У результаті була сформована жанрова система, у якій кожен

формат виконує окрему комунікаційну функцію. Такий підхід забезпечує змістову різноманітність контенту, підтримує увагу аудиторії та дає змогу адаптувати спосіб подачі інформації відповідно до характеру теми й цілей конкретного матеріалу.

Центральне місце в жанровій структурі проекту посідає аналітична карусель у форматі тренд-аналізу. Це багатослайдовий матеріал, побудований навколо окремого явища або питання, актуального для покоління Z. Основною особливістю тренд-аналізу у проекті є прагнення відповісти на питання «чому це відбувається» і «що це означає для конкретної людини». Цей жанр є найбільш трудомістким у підготовці, але водночас саме аналітичні каруселі демонструють найвищу ефективність із погляду залучення аудиторії, зокрема за показниками збережень і поширень, що свідчить про їхню високу практичну цінність для користувачів.

Паралельно в межах проекту функціонує жанр пояснювального матеріалу, орієнтованого на демістифікацію явищ, які активно обговорюються в інформаційному просторі, але часто залишаються недостатньо осмисленими або спрощено інтерпретованими. Серія «Хто такі зумери?» є прикладом такого підходу: вона виконує не лише інформаційну, а й інтерпретаційну функцію. Матеріали цієї рубрики допомагають аудиторії сформулювати уявлення про власне покоління, його цінності, поведінкові особливості та місце в сучасному суспільстві, створюючи таким чином спільну мову для осмислення поколінневого досвіду (детальніше – у табл. 2.4).

<b>Жанр</b>	<b>Формат</b>	<b>Обсяг</b>	<b>Тематика</b>	<b>Приклади публікацій</b>
Тренд-аналіз	Карусель	6–10 слайдів	Глобальні соціокультурні явища	«Як хочуть працювати зумери», «Еко-тренд чи справжня свідомість»
Пояснювальний матеріал	Карусель	4–8 слайдів	Явища, потребують контексту	«Хто такі зумери», «В чому різниця між зумерами та міленіалами»
Фактчек / цікавий факт	Карусель	3–5 слайдів	Контрінтуїтивні дані	«Цікавий факт про зумерів»
Дискусійний матеріал	Карусель + Stories	4–6 слайдів	Суперечливі або відкриті питання	«Кохання через ШІ - нова реальність?», «Дорослі діти повертаються додому»
Порівняльний огляд	Карусель	5–7 слайдів	Зіставлення явищ або позицій	«Дистанційка vs офіс», «Норми чи стрьом?»
Інтерактивний контент	Stories	Серія 3– 7 кадрів	Будь-яка тема	Опитування, запитання, реакції

Таблиця 2.4 Жанрово-форматна система проекту @svidomyi.swipe.

Окремим важливим елементом контентної стратегії проекту є система заголовків. Проект свідомо використовує помірну провокативність як інструмент привернення уваги аудиторії в умовах висококонкурентного інформаційного середовища соціальних мереж. Заголовки на кшталт «Хто насправді ходить у кіно у 2026 році? Спойлер: не бумери» або «Кохання через ШІ – нова реальність?» виконують функцію комунікаційного гачка, стимулюючи користувача зупинитися на матеріалі та розпочати взаємодію з ним. Водночас така стратегія не передбачає використання маніпулятивного клікбейту. Зміст публікацій відповідає заявленій у заголовку темі та виконує обіцянку, сформульовану на початку матеріалу. Дотримання цього принципу є важливою редакційною позицією проекту, спрямованою на підтримання довіри аудиторії та уникнення практик штучного емоційного залучення подано у табл. 2.5.

Жанр	Аналітична глибина	Потенційне охоплення	Збережуванист ь
Тренд-аналіз	Висока	Середнє	Висока
Пояснювальний матеріал	Середня	Високе	Висока
Фактчек / факт	Середня	Середнє	Середня
Дискусійний матеріал	Середня	Високе	Середня
Порівняльний огляд	Середня	Середнє	Середня
Інтерактивний контент	Низька	Середнє	Низька

Таблиця 2.5 Порівняння жанрів за рівнем аналітичної глибини та охоплення.

Жанрова різноманітність проекту виконує не лише естетичну або структурну функцію, а й має важливе значення для підтримання стабільної взаємодії з різними сегментами аудиторії. Аудиторія, зацікавлена в глибокому осмисленні суспільних процесів, взаємодіє насамперед із тренд-аналізами та пояснювальними матеріалами. Натомість користувачі, які віддають перевагу короткому й динамічному контенту, активніше реагують на формати на кшталт рубрики «Цікавий факт про зумерів». Інтерактивні Stories створюють умови для безпосередньої участі аудиторії в комунікації через опитування, реакції та відповіді на запитання. У результаті проект стає простором з різними точками входу і різними способами участі.

## 2.5 Візуальне оформлення та особливості представлення матеріалів

Візуальна ідентичність @svidomyi.swipe є повноцінною складовою редакційної концепції проєкту. Естетика акаунту сформувалася під впливом двох основних джерел. Перше – колажна стилістика, характерна для цифрової культури покоління Z та сучасної платформеної візуальної комунікації. Друге – інформаційна графіка, яка забезпечує структурованість матеріалу та полегшує його сприйняття в межах стрічки Instagram. Поєднання цих підходів дає змогу одночасно підтримувати візуальну близькість до молодіжної аудиторії та зберігати відчуття змістової серйозності й аналітичності контенту.

У кольоровій гамі домінують рожевий і білий, з темними акцентними елементами. Рожевий у культурі покоління Z втратив традиційні гендерні конотації та набув нових асоціативних значень, пов'язаних з іронічною ніжністю, постіронією, упевненою м'якістю. Саме ці якості відповідають комунікаційній тональності @svidomyi.swipe. Білий фон забезпечує візуальну чистоту публікацій та полегшує сприйняття текстової інформації. Темні акценти виконують функцію структуризації матеріалу, підсилюють контраст і додають візуальній системі відчуття змістової серйозності та впорядкованості (детально – у табл. 2.6).

Елемент	Характеристика	Функція
Основний колір	Рожевий (#F4A7B9 і відтінки)	Ідентичність, впізнаваність
Фоновий колір	Білий, світло-сірий	Чистота, читабельність
Акцентний колір	Чорний, темно-сірий	Структура, серйозність
Шрифт заголовків	Гротескний, жирний	Увага, ієрархія
Шрифт тексту	Читабельний sans-serif	Зручність сприйняття
Стиль зображень	Колаж, вінтажні фото, ч/б архівні зображення	Культурна впізнаваність, естетика

Таблиця 2.6 Візуальна система проєкту @svidomyi.swipe

Стилістика зображень у проєкті ґрунтується на активному використанні колажної естетики. Чорно-білі архівні або вінтажні фотографії поєднуються із сучасними графічними елементами. Таке поєднання створює ефект часової багатошаровості, у межах якого минуле й сучасність вступають у символічний діалог. Подібний візуальний підхід підкреслює основну ідею проєкту:

осмислювати сучасні соціокультурні явища через критичну дистанцію та контекстуалізацію. Для покоління Z колажна стилістика є впізнаваною частиною цифрової культури та сучасної онлайн-естетики, що підвищує рівень візуальної близькості проєкту до цільової аудиторії. Водночас використання колажу дає змогу проєкту – дистанціюватися від типових «новинних» акаунтів, які часто використовують стандартизований мінімалістичний дизайн без виразної візуальної ідентичності.

Структура слайдів каруселі підпорядковується принципу ієрархії інформації: заголовок – найбільший елемент, підзаголовок або ключова теза – другорядний рівень візуальної ваги та уточнюють зміст основного повідомлення, пояснювальний текст – подається меншим шрифтом і виконує деталізувальну функцію. Така система організації інформації забезпечує можливість швидкого «сканування» слайду в умовах стрічки соціальної мережі. Користувач отримує загальне уявлення про зміст матеріалу ще до детального ознайомлення з текстом, що є важливою умовою ефективної комунікації в Instagram-середовищі (структуру типового слайду каруселі подано у табл. 2.7).

<b>Зона слайду</b>	<b>Елемент</b>	<b>Розмір шрифту</b>	<b>Роль</b>
Верхня третина	Заголовок або ключова теза	Великий (28–36 pt)	Гачок, увага
Центр	Основний текст або зображення	Середній (16–20 pt)	Зміст
Нижня частина	Підпис, уточнення або СТА	Малий (12–14 pt)	Контекст, заклик
Кут	Логотип або назва акаунту	Мінімальний	Ідентифікація

Таблиця 2.7 Структура типового слайду каруселі.

Окремим елементом візуальної ідентичності проєкту є організація сітки профілю. Обкладинки публікацій @svidomyi.swipe витримані в одній стилістичній і колірній логіці. Коли новий відвідувач відкриває профіль, він бачить не хаотичний набір картинок, а цілісний медіапродукт. Наявність єдиної візуальної логіки створює враження структурованості та професійного підходу ще до безпосереднього ознайомлення зі змістом матеріалів.

## **2.6. Цільова аудиторія проєкту та її характеристика**

Цільова аудиторія проєкту @svidomyi.swipe – україномовні користувачі Instagram віком 18–26 років, які проживають переважно у великих містах України або за її межами як представники діаспори та студентської міграції. Представники цільової аудиторії здебільшого мають середню спеціальну або вищу освіту, перебувають у процесі навчання чи вже завершили його, а також демонструють усвідомлене ставлення до споживання контенту. Для цієї аудиторії характерний високий рівень цифрової присутності, регулярне використання соціальних мереж як основного каналу отримання інформації та зацікавлення суспільно значущими темами (детальна характеристика – у табл. 2.8).

Параметр	Характеристика
Вік	18–26 років
Географія	Україна (великі міста), українська діаспора за кордоном
Мова	Україномовні або двомовні з перевагою української
Освіта	Студенти або випускники вишів
Інтереси	Суспільні теми, культура, психологія, кар'єра, глобальні тренди
Медіаспоживання	Instagram, TikTok, YouTube, підкасти
Цінності	Соціальна справедливість, екологічна свідомість, автентичність
Проблеми	Інформаційна перевантаженість, тривожність, невизначеність щодо майбутнього

Таблиця 2.8 Характеристика цільової аудиторії проєкту.

Психографічний портрет важить не менше за демографічний. Читач @svidomyi.swipe – це користувач, який поступово відходить від сприйняття розважального контенту як основної форми цифрового дозвілля, однак водночас ще не інтегрований у практику регулярного споживання традиційних аналітичних медіа та шукає для себе зручний формат долучення до серйозної інформації. Для цієї аудиторії характерне прагнення краще розуміти суспільні процеси, глобальні тенденції та явища, що впливають на її повсякденний досвід. Водночас представники цільової аудиторії не завжди готові взаємодіяти з громіздкими академічними текстами або тривалими аналітичними відеоматеріалами, особливо в умовах інформаційної перевантаженості та високого темпу повсякденного життя. Саме тому формат аналітичної каруселі, який поєднує змістову глибину з компактною та візуально структурованим поданням інформації, виявляється найбільш релевантним для потреб цієї аудиторії.

Ще одна особливість аудиторії – висока схильність до поширення контенту, який сприймається як «треба показати другу». Аналіз поведінкових показників демонструє, що найбільшу кількість пересилань у приватних повідомленнях отримують матеріали, присвячені міжособистісним стосункам, кар'єрним очікуванням, фінансовій нестабільності молоді чи поверненню до батьківського дому. Такі теми викликають сильний ефект упізнавання, оскільки аудиторія співвідносить їх із власним досвідом або досвідом близького соціального оточення. Унаслідок цього поширення контенту набуває комунікативної функції. Цю поведінкову особливість проєкт враховує на етапі планування. Кожна публікація готується не просто як текст для читання, а як потенційний привід для розмови.

## РОЗДІЛ III. ТЕХНІЧНЕ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЄКТУ

### 3.1 Засоби створення фото- та відеоконтенту

Технічна база Instagram-проєкту визначає не лише якість кінцевого продукту, а й безпосередньо впливає на темп виробництва контенту. На платформі, де регулярність публікацій напряму впливає на алгоритмічне просування, це стає критично важливим. Для @svidomyi.swipe технічне рішення обиралося за простим принципом: якість має бути високою, а доступ – реальним. Використання дорогого обладнання або складного професійного програмного забезпечення, яке суттєво збільшує фінансові витрати на підтримку проєкту, в умовах незалежної авторської ініціативи є малоефективним.

Основним інструментом зйомки фото- і відеоматеріалів є смартфон, що є свідомим вибором, а не вимушеним компромісом. Сучасні флагманські моделі забезпечують якість зображення, достатню для Instagram-форматів, а звична для аудиторії «мобільна» естетика органічно інтегрується в комунікаційне середовище платформи та відповідає очікуванням аудиторії. Контент, знятий на смартфон без зайвої «глянцевості», часто сприймається як більш автентичний і близький, що відповідає тональності проєкту. Водночас для матеріалів, де важлива висока деталізація або специфічне освітлення, застосовуються додаткові аксесуари: стабілізатори зображення (рімбали) для плавних відеозйомок та кільцеві або панельні LED-світильники для рівномірного і контрольованого освітлення (перелік обладнання – у табл. 3.1).

Окремим аспектом візуального виробництва в межах проєкту є робота з архівними та стоковими зображеннями. Колажна естетика @svidomyi.swipe, яка є однією з ключових складових візуальної ідентичності проєкту, базується на активному використанні чорно-білих вінтажних фотографій, ретро-ілюстрацій і архівних знімків. Для створення матеріалів використовуються з відкритих баз зображень із вільними ліцензіями, що дозволяють легальне застосування контенту в творчих і комерційних проєктах (перелік ресурсів – у табл. 3.2).

Обладнання	Модель / тип	Призначення	Формат контенту
Смартфон	Флагманська модель з камерою 48+ Мп	Основна зйомка фото і відео	Reels, Stories, фото для каруселей
Стабілізатор (рімбал)	DJI Osmo Mobile або аналог	Плавна відеозйомка в русі	Reels
LED-панель	Кільцева або панельна, 5500K	Рівномірне студійне освітлення	Reels, Stories з обличчям автора
Штатив	Настільний або підлоговий	Статична зйомка без тремтіння	Фото, статичні відео
Мікрофон-петлічка	Бездротовий, підключення через USB-C	Якісний звук для відео	Reels з голосом автора

Таблиця 3.1 Обладнання для створення контенту проєкту.

Ресурс	Тип ліцензії	Контент	Особливості використання
Unsplash	Безкоштовна, вільна	Сучасні фото	Без обмежень, атрибуція не обов'язкова
Pexels	Безкоштовна, вільна	Фото і відео	Без обмежень
Wikimedia Commons	CC (різні типи)	Архівні, історичні зображення	Перевірка ліцензії кожного файлу
Library of Congress	Публічне надбання	Архівні американські фото	Переважно без обмежень
Rawpixel (публічне надбання)	Публічне надбання	Вінтажні ілюстрації, плакати	Без обмежень

Таблиця 3.2 Джерела зображень для колажного контенту.

Використання архівних зображень у колажах є важливою складовою редакційної роботи. Добір візуальних матеріалів має відповідати змісту публікації, не створювати хибних асоціацій, не нести небажаних історичних сенсів. Унаслідок цього процес відбору архівних фотографій та ілюстрацій розглядається як частина редакційного опрацювання матеріалу, а не як суто технічний етап оформлення контенту.

Для підготовки відеоконтенту у форматі Reels здійснюється з використанням вертикально у пропорції 9:16, що є нативним для платформи Instagram. Такий формат забезпечує повноекранне відображення без технічних втрат або потреби в додатковому кадруванні, що позитивно впливає на якість сприйняття контенту користувачами.

### 3.2. Інструменти редагування та візуального оформлення

Для верстки публікацій використано сервіс Canva. Вибір цього інструменту зумовлений його функціональною універсальністю та здатністю створювати каруселі, Stories, обкладинки для Highlights і статичних публікацій у межах єдиного робочого середовища. Важливо, що всі шаблони зберігаються там само, де й фірмові кольори і шрифти проєкту. Завдяки функції Brand Kit кожен новий матеріал не потребує ручного відтворення стилю з нуля: відтінок рожевого, накреслення заголовкового шрифту, відступи – все це вже зафіксовано і застосовується автоматично. Це дозволяє підтримувати візуальну єдність між публікаціями навіть тоді, коли матеріали готуються в різний час і на різні теми. Повноцінний Adobe Illustrator чи Figma для таких завдань надлишкові – Canva перекриває потреби проєкту без тривалого навчання.

Обробку фотографій здійснено в Adobe Lightroom Mobile. Використання цього програмного забезпечення дає точний контроль над кольором, тоном і контрастом, світлотіньовим балансом і загальною тональністю зображення, що є важливим для підтримання цілісності візуального стилю проєкту. Особливе значення для регулярного виробництва контенту мають пресети – збережені набори параметрів обробки, які можуть автоматично застосовуватися до нових зображень. У проєкті @svidomyi.swipe пресети підтримують характерну кольорову тональність: послідовність візуальної мови проєкту та значно оптимізує процес підготовки контенту, усуваючи потребу в повній ручній обробці кожної фотографії окремо.

Відеоматеріали для Reels змонтовано у редакторі CapCut, який орієнтований на короткий вертикальний формат і має все необхідне для такого типу контенту: автоматичне розпізнавання мовлення і генерація субтитрів, інструменти для прив'язки відео до ритму музики, бібліотека переходів. Субтитри у всіх відеоматеріалах проєкту є обов'язковими. Їх використання зумовлене тим, що значна частина аудиторії переглядає Reels без звуку – в транспорті або інших публічних просторах. За таких умов відео без текстового супроводу суттєво втрачає свою комунікативну ефективність.

### 3.3. Платформи та сервіси для публікації й управління контентом

Рішення зосередити діяльність проєкту на одній платформі виглядає як обмеження, але насправді є усвідомленим вибором. Присутність одразу на декількох майданчиках потребує або команди, або постійних компромісів між якістю і кількістю. Для авторського проєкту без редакційної інфраструктури розпорошення між різними платформами створює ризик втрати змістової цілісності контенту, зниження якості матеріалів і професійного вигорання через необхідність підтримувати кілька різних форматів комунікації одночасно. Вибір Instagram зумовлений не його універсальністю, а відповідністю специфіці цільової аудиторії та характеру контенту проєкту. Саме тут склалася культура того типу контенту, на яких ґрунтується концепція @svidomyi.swipe хоче робити.

Керування публікаціями здійснювалося за допомогою Meta Business Suite. Цей інструмент дозволяє готувати матеріали заздалегідь і налаштовувати їх автоматичну публікацію у визначений час, що є важливим для ефективної взаємодії з алгоритмами платформи та врахування пікових періодів активності цільової аудиторії. Аналітика Business Suite показує охоплення, збереження, демографію і залученість для кожної публікації. Аналіз цих даних здійснюється щотижня: стабільно високий рівень збережень свідчить про значну практичну або емоційну цінність певного типу контенту для аудиторії, тоді як зниження результативності окремих форматів може бути підставою для перегляду способу подання матеріалу, структури публікації або тематичного акценту.

Редакційне планування здійснюється за допомогою сервісу Notion, який використовується як централізована система організації робочих процесів. У межах цієї платформи формується контент-план на два тижні вперед, зберігаються папки з ідеями у різних стадіях готовності, джерела і нотатки до кожного майбутнього матеріалу. Використання Notion дає змогу впорядкувати редакційний процес і мінімізувати ризик хаотичної організації роботи, що є особливо актуальним для незалежного авторського медіапроєкту. Централізоване зберігання інформації забезпечує контроль над дедлайнами, послідовність підготовки контенту та можливість планомірної роботи над матеріалами без потреби ухвалювати рішення щодо наступної публікації в останній момент.

Пошук інформації для публікацій у межах проєкту не обмежується загальнодоступними пошуковими системами. Для роботи з науковими публікаціями використано Google Scholar, статистика про медіаспоживання і поведінку молоді залучено зі звітів Reuters Institute, Pew Research Center і Statista. Кожен факт, який потрапляє в публікацію, проходить перевірку першоджерела. Такий підхід потребує додаткового часу на підготовку матеріалів, однак забезпечує достовірність інформації та відповідність базовим журналістським стандартам. Саме системна робота з перевіреними джерелами відрізняє новинно-аналітичний медіапроєкт від контентних акаунтів, які орієнтуються переважно на швидке поширення візуально привабливої інформації без належної верифікації [14; 21]. Для аудиторії, орієнтованої на усвідомлене споживання контенту, така різниця поступово стає помітною та впливає на рівень довіри до проєкту.

## ВИСНОВКИ

1. Робота над проектом «Між свайпом і сенсом» дала змогу сформулювати низку висновків, що стосуються як теоретичних аспектів платформеної журналістики, так і практичних результатів створення новинно-аналітичного Instagram-проекту. Покоління Z сформувало модель медіаспоживання, яка відрізняється від моделей попередніх поколінь не зниженням інтересу до інформації, а зміною способу її отримання. Для зумерів характерне не цілеспрямоване відвідування новинних ресурсів, а взаємодія з інформацією в процесі повсякденного користування соціальними мережами. У стрічці Instagram аналітичний матеріал безпосередньо конкурує за увагу з розважальним контентом, що формує нові вимоги до способу подачі журналістських матеріалів. Спрощувати медіапотреби цього покоління було б помилкою. Запит на контекст, пояснення і авторський голос у них є – і дуже стабільний. Ключовою особливістю медіаспоживання зумерів є радше нетерпимість до порожніх форм. Матеріал, який не демонструє цінності для користувача вже на початковому етапі взаємодії, в умовах стрічкового споживання інформації швидко втрачає увагу аудиторії.

2. Instagram постає не просто каналом поширення інформації, а повноцінним медіасередовищем із власною редакційною логікою та власними механізмами взаємодії з аудиторією. Функціональна структура платформи передбачає використання різних форматів контенту, кожен із яких виконує окреме комунікаційне завдання. Каруселі забезпечують можливість структурованого пояснення складних тем, Reels сприяють розширенню охоплення аудиторії, Stories підтримують оперативний і діалогічний формат взаємодії, тоді як Highlights виконують функцію систематизованого архіву матеріалів. Алгоритм платформи, попри поширені страхи, не є ворогом якісної журналістики. Попри поширене уявлення про те, що алгоритми стимулюють виключно поверхневий або розважальний контент, результати роботи демонструють іншу тенденцію: платформа активно поширює матеріали, які користувачі зберігають, пересилають або до яких повертаються повторно.

3. Соцмережі не витіснили класичні журналістські жанри, а трансформували їх відповідно до логіки цифрового платформеного середовища. У сучасній Instagram-журналістиці домінують насамперед пояснювальні формати, тренд-аналіз та аналітична карусель, оскільки саме вони найбільш точно відповідають на запит покоління Z щодо розуміння причинно-наслідкових зв'язків між подіями та суспільними процесами. Водночас платформна журналістика демонструє тенденцію до розмивання традиційних жанрових меж. Один матеріал може поєднувати ознаки новини, коментаря і репортажу одночасно. Така гібридизація жанрів не є ознакою професійної деградації журналістики, а виступає характерною рисою медіакомунікації в цифровому середовищі.

4. Концепція «Між свайпом і сенсом» виникла як відповідь на помітну прогалину в українському медіаполі. Аналіз україномовного сегмента Instagram показав, що україномовні акаунти дотримуються однієї з двох моделей комунікації: або говорять про зумерів як про об'єкт зовнішнього спостереження, або пропонують їм розважальний контент без жодної аналітичної глибини. Проєкт запропонував альтернативний підхід, у межах якого молодіжна аудиторія є рівноправним учасником суспільного діалогу. Основою контентної стратегії стало прагнення пояснювати глобальні явища, які безпосередньо впливають на повсякденний досвід покоління Z. Ця позиція визначає комунікаційну тональність проєкту. Контент будується без зверхності, але й без штучних спроб «бути на одній хвилі».

5. Розроблена контент-модель проєкту ґрунтується на балансі між стратегічним плануванням та здатністю оперативно реагувати на актуальні суспільні події й інформаційні приводи. Система сталої рубрикації формує для аудиторії зрозумілу структуру контенту та стабілізує читацькі очікування, тоді як послідовна візуальна ідентичність забезпечує впізнаваність проєкту в умовах високої конкуренції у стрічці соціальних мереж. Водночас жанрова та форматна різноманітність контенту утримує інтерес різних сегментів аудиторії. Взаємодія з підписниками через Stories і коментарі — частина редакційної стратегії. Зворотний зв'язок не дозволяє проєкту жити у вакуумі авторських припущень про аудиторію. Він тримає його чутливим до реальних запитів.

6. Практична реалізація проєкту підтвердила ефективність обраної концепції. Публікації, які поєднують аналітичну глибину з платформною адаптивністю, дають вищий рівень залучення, ніж суто інформаційний контент. Отримані результати свідчать про те, що якісна журналістика і алгоритмічна логіка соцмереж не перебувають у прямому конфлікті. Навпаки, за умови грамотної платформеної адаптації журналістський контент здатний ефективно функціонувати в межах алгоритмічного середовища та досягати значного рівня взаємодії з аудиторією. Автор має свідомо опановувати специфіку платформи без відмови від базових редакційних стандартів.

7. Технічна база проєкту сформована переважно з доступних інструментів: Canva, Adobe Lightroom, CapCut, Meta Business Suite. Практичний досвід реалізації проєкту засвідчив, що сучасний рівень розвитку платформних технологій значно знизив технічний поріг входу для створення якісного медіапродукту в соціальних мережах. Базові потреби незалежного журналістського проєкту можуть бути забезпечені без дорогого обладнання чи складної професійної інфраструктури. Вирішальним чинником успішності медіапроєкту є редакційне мислення автора. Ключове значення мають здатність виявляти суспільно значущі теми, інтерпретувати їх у зрозумілій для аудиторії формі та системно підтримувати довіру через якість і послідовність контенту. У підсумку проєкт «Між свайпом і сенсом» постає як практичне втілення ідеї поєднання якісної журналістики з логікою сучасних цифрових платформ. Водночас успішність такого синтезу залежить від здатності автора одночасно розуміти базові принципи журналістської діяльності та специфіку цифрового медіасередовища, у межах якого ця діяльність здійснюється.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Єсик А. Трансформація кар'єрних цінностей покоління Z в умовах глобальної нестабільності. *Матеріали XVIII Міжнародної науково-практичної конференції "DIGITAL TRANSFORMATION: SCIENCE IN SEARCH OF ANSWERS TO GLOBAL QUESTIONS"*. Варшава, 2026. С. 248–251. URL: <https://isg-konf.com/uk/digital-transformation-science-in-search-of-answers-to-global-questions/>.
2. Індекс медіаграмотності українців: 2020–2022 (повна версія). *Детектор медіа*. 18 квітня 2023 року. URL: <https://detector.media/infospace/article/210210/2023-04-18-indeks-mediagramotnosti-ukraintsiv-2020-2022-povna-versiya/> (дата звернення: 10.03.2026).
3. Індекс медіаграмотності українців: 2020–2024 (п'ята хвиля). *Детектор медіа*. 6 травня 2025 року. URL: <https://detector.media/infospace/article/240621/2025-05-06-indeks-mediagramotnosti-ukraintsiv-za-2024-rik/> (дата звернення: 25.04.2026).
4. Індекс медіаграмотності українців: 2020–2025 (шоста хвиля). *Детектор медіа*. 13 березня 2026 року. URL: <https://detector.media/infospace/article/248278/2026-03-13-indeks-mediagramotnosti-ukraintsiv-20202025-shosta-khvylya/> (дата звернення: 20.04.2026).
5. Chang H.-C. H., Richardson A., Ferrara E. #JusticeforGeorgeFloyd: How Instagram facilitated the 2020 Black Lives Matter protests. *PLOS ONE*. 2022 Dec 7; 17(12). URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9728865/> (дата звернення: 15.03.2026).
6. De Lima Santos M.-F., Kooli A. Instagrammable Data: Using Visuals to Showcase More Than Numbers on AJ Labs Instagram Page. *International Journal of Communication*. 2022. URL: <https://arxiv.org/pdf/2107.00938> (дата звернення: 12.03.2026).
7. Esquen B., Palomino-Flores P. Generation Z and the Media Landscape: Shifting Credibility and Adaptation Strategies in Journalism. *SIST*. Vol. 427. *Springer Nature Link*. Apr 10, 2025. URL: [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-96-0426-5\\_34](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-96-0426-5_34) (дата звернення: 12.04.2026).

8. Faverio M., Sidoti O. Teens, Social Media and Technology 2024. *Pew Research Center*. Dec 12, 2024. URL: <https://www.pewresearch.org/internet/2024/12/12/teens-social-media-and-technology-2024/> (дата звернення: 20.02.2026).
9. Hendrickx J., Vázquez-Herrero J. Dissecting Social Media Journalism: A Comparative Study Across Platforms, Outlets and Countries. *Journalism Studies*. 2024. Vol. 25, No. 9. P. 1053–1075. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1461670X.2024.2324318> (дата звернення: 05.04.2026).
10. Hirose A. Instagram algorithm tips for 2026: Everything you need to know. *Hootsuite Blog*. Jan 14, 2026. URL: <https://blog.hootsuite.com/instagram-algorithm/> (дата звернення: 29.04.2026).
11. Huang et al. Investigating the Role of Visual Storytelling in Enhancing Audience Engagement in Digital Journalism. *MEDAAD*. 2023. 10 (17). P. 10–17. URL: [https://www.researchgate.net/publication/384820077\\_Investigating\\_the\\_Role\\_of\\_Visual\\_Storytelling\\_in\\_Enhancing\\_Audience\\_Engagement\\_in\\_Digital\\_Journalism](https://www.researchgate.net/publication/384820077_Investigating_the_Role_of_Visual_Storytelling_in_Enhancing_Audience_Engagement_in_Digital_Journalism) (дата звернення: 14.03.2026).
12. Mazlounian T. Instagram algorithm in 2026: rank signals for growth. *Later*. Apr 26, 2026. URL: <https://later.com/blog/how-instagram-algorithm-works/> (дата звернення: 29.04.2026).
13. Newman N., Fletcher R., Robertson C. T., Ross Arguedas A., Nielsen R. K. *Reuters Institute Digital News Report 2024*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2024. 168 p. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024> (дата звернення: 10.02.2026).
14. News Platform Fact Sheet 2024. *Pew Research Center*. Sep 25, 2024. URL: <https://www.pewresearch.org/journalism/fact-sheet/news-platform-fact-sheet/> (дата звернення: 15.02.2026).
15. Omoko N., Okhueleigbe A. O. Generation Z and the Paradox of Trust in Mediated Interactions: Interpretative Journalism Perspective. *International Journal of Sub-Saharan African Research (IJSSAR)*. Vol. 3, Issue 1, pp. 71-84, 2025. URL: [https://www.researchgate.net/publication/396912043\\_Generation\\_Z\\_and\\_the\\_Paradox](https://www.researchgate.net/publication/396912043_Generation_Z_and_the_Paradox)

звернення: 18.03.2026).

16. Panagiotou N., Lazou C., Baliou A. Generation Z: Media Consumption and MIL. *Imgelem*. 2022. 6(11). P. 55–476 URL:

[https://www.researchgate.net/publication/366731482\\_GENERATION\\_Z\\_MEDIA\\_CONSUMPTION\\_AND\\_MIL](https://www.researchgate.net/publication/366731482_GENERATION_Z_MEDIA_CONSUMPTION_AND_MIL) (дата звернення: 05.03.2026).

17. Pepe M., McCollum J. Gen Z Digital Media Usage and Trust. *Journal of Applied Business and Economics*. 2025. 27(4). URL:

[https://www.researchgate.net/publication/394912881\\_Gen\\_Z\\_Digital\\_Media\\_Usage\\_and\\_Trust](https://www.researchgate.net/publication/394912881_Gen_Z_Digital_Media_Usage_and_Trust) (дата звернення: 22.03.2026).

18. Rafeeq A.. Multimedia Storytelling in Online Journalism: Analysing Multimedia Use on the Websites TheGuardian.com, TheNationalnews.com, USAToday.com, and Stuff.co.nz. *Journalism and Media*. 2025. Vol. 6, No. 3. URL: <https://www.mdpi.com/2673-5172/6/3/157> (дата звернення: 15.04.2026).

19. Rocha A. et al. (eds.). Good Practices and New Perspectives in Information Systems and Technologies. WorldCIST 2024. Vol. 4. *Springer Nature Link*. 2025. URL: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-031-60224-5> (дата звернення: 12.04.2026).

20. Shivani Shah. How the Instagram Algorithm Works: Your 2026 Guide. *Buffer*. 24 березня 2026 року. URL: <https://buffer.com/resources/instagram-algorithms/> (дата звернення: 28.04.2026).

21. Social Media and News Fact Sheet 2024. *Pew Research Center*. Sep 25, 2024. URL: <https://www.pewresearch.org/journalism/fact-sheet/social-media-and-news-fact-sheet/> (дата звернення: 15.02.2026).

22. Teens and social media: Key findings from Pew Research Center surveys. *Pew Research Center*. Apr 24, 2023. URL: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2023/04/24/teens-and-social-media-key-findings-from-pew-research-center-surveys/> (дата звернення: 18.02.2026).

23. Vález M. et al. Instagram Engagement and Content Strategies of US and UK Legacy Media: A Quantitative Analysis of Five Leading News Outlets. *Journalism*

*and Media*. 2025. Vol. 6, No. 2. URL: <https://www.mdpi.com/2673-5172/6/2/89> (дата звернення: 20.04.2026).

24. Young Adults and the Future of News. *Pew Research Center*. Dec 3, 2025. URL: <https://www.pewresearch.org/journalism/2025/12/03/young-adults-and-the-future-of-news/> (дата звернення: 10.04.2026).

25. Zimmermann D., Klee A., Kaspar K. Political news on Instagram: influencer versus traditional magazine and the role of their expertise in consumers' credibility perceptions and news engagement. *Frontiers in Psychology*. 2023. Dec 6;14:1257994. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC10773820/> (дата звернення: 08.03.2026).

## ДОДАТКИ

## Додаток А

## Технологічний процес створення та публікації контенту

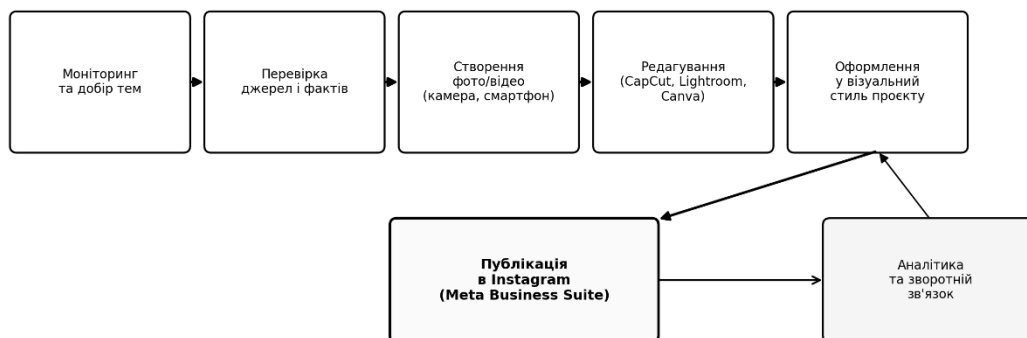


Рис. А.1 Структурно-функціональна схема Instagram-проекту «Між свайпом і сенсом»: контентні блоки, формати подання та цільова аудиторія.

## Структурно-функціональна схема Instagram-проекту

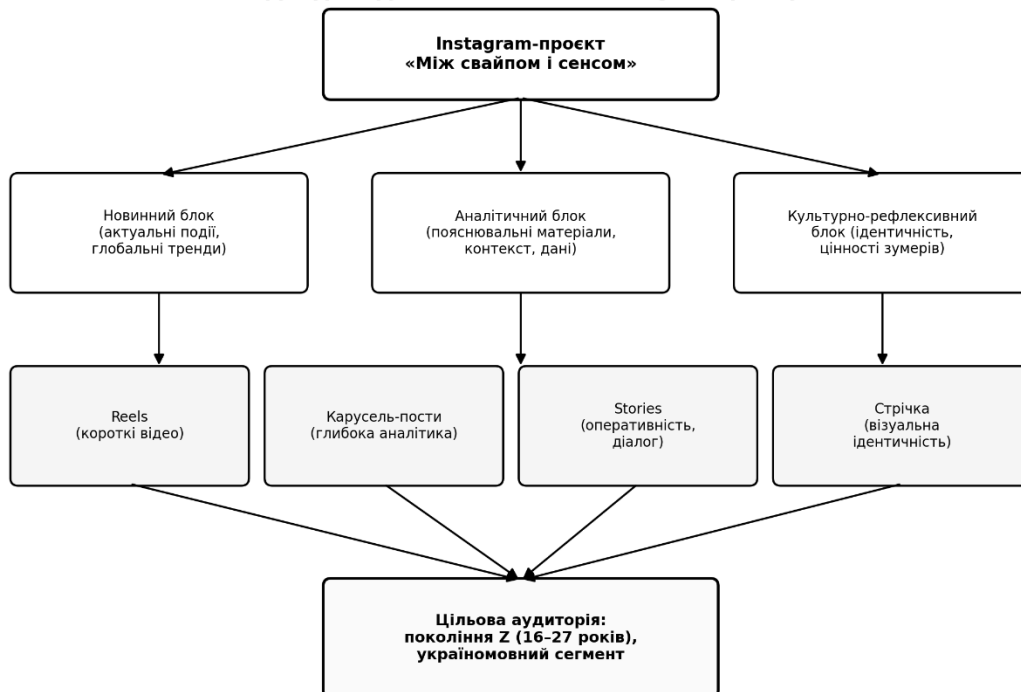


Рис. А.2 Жанрово-форматна модель контенту проекту: взаємозв'язок основних журналістських жанрів у межах єдиної контентної екосистеми.

**Жанрово-форматна модель контенту проєкту**

Рис. А.3 Технологічний процес створення та публікації контенту: від моніторингу тем до аналітики зворотного зв'язку.

**Додаток Б****Instagram-сторінка медіапроєкту «swidomi.swipe»**

Посилання: <https://www.instagram.com/svidomyi.swipe/>



## АНОТАЦІЯ

**Автор: Єсик А. І. Між свайпом і сенсом: створення українського новинно-аналітичного інстаграм-проєкту про глобальні тренди покоління зумерів**

Кваліфікаційна бакалаврська робота присвячена створенню та обґрунтуванню україномовного новинно-аналітичного Instagram-проєкту «Між свайпом і сенсом» (акаунт @svidomyi.swipe), орієнтованого на висвітлення глобальних соціокультурних трендів покоління Z.

У теоретичній частині досліджено характеристики покоління Z як медіааудиторії, зокрема його модель споживання новин, низький рівень інституційної довіри та запит на авторський голос і контекстуальну аналітику. Проаналізовано Instagram як повноцінне медіасередовище з власною редакційною логікою та систематизовано жанрову систему новинно-аналітичної журналістики в соціальних медіа.

Практична частина роботи містить детальну специфікацію проєкту: авторську ідею та обґрунтування, змістову та концептуальну базу, структуру та контентну модель, жанрово-форматну палітру контенту з реальними прикладами публікацій (@svidomyi.swipe), візуальну ідентичність та характеристику цільової аудиторії. Окремо описано технічне та програмне забезпечення проєкту - Canva, Adobe Lightroom, CapCut та Meta Business Suite.

Результати роботи свідчать, що якісна журналістика і алгоритмічна логіка соціальних медіа не суперечать одна одній за умови, що автор свідомо опановує специфіку платформи без відмови від базових редакційних стандартів.

**Ключові слова:** покоління Z, зумери, інстаграм-журналістика, соціальні медіа, зумери, візуальний контент, медіаспоживання, платформенна журналістика, тренд-аналіз, україномовний контент.

**Author: Yesyk A. I. Between the Swipe and the Meaning: Creating a Ukrainian News-Analytical Instagram Project about Global Trends of Generation “Z”**

The qualification bachelor's thesis is devoted to the creation and conceptual justification of the Ukrainian-language news-analytical Instagram project “Between the Swipe and the Meaning” (account @svidomyi.swipe), focused on covering global sociocultural trends of Generation Z.

The theoretical part investigates the characteristics of Generation Z as a media audience, including its news consumption patterns, low institutional trust, and demand for authorial voice and contextual analysis. Instagram is analysed as a fully-fledged media environment with its own editorial logic, and the genre system of news-analytical journalism in social media is systematised.

The practical part contains the full specification of the project: its authorial concept and rationale, content and conceptual foundations, structure and content model, genre-format palette with real publication examples (@svidomyi.swipe), visual identity, and target audience profile. The technical and software support of the project - Canva, Adobe Lightroom, CapCut, and Meta Business Suite - is described separately.

The results of the work demonstrate that quality journalism and the algorithmic logic of social media are not contradictory - provided the author consciously masters the language of the platform without sacrificing editorial standards.

*Keywords:* Generation Z, zoomers, Instagram journalism, social media, zoomers, visual content, media consumption, platform journalism, trend analysis, Ukrainian-language content.