

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Факультет журналістики

Кафедра міжнародної журналістики

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему:

«Інстаграм-сторінка «Український шоу-бізнес за кордоном»: створення, наповнення, просування»

Здобувачки 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

Ладоні Маргарити Ігорівни

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

Науковий керівник:
Зражевська Ніна Іванівна
доктор наук, професор кафедри

_____ (підпис студента)

_____ (ініціали, прізвище)

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Допускаю до захисту перед ЕК

Голова комісії

_____ В.І. Терещук
завідувач кафедри
міжнародної журналістики

_____ (підпис)

_____ (ініціали, прізвище)

Члени комісії

_____ (підпис)

_____ (ініціали, прізвище)

_____ (підпис)

_____ (ініціали, прізвище)

_____ (підпис)

_____ (ініціали, прізвище)

Зміст

ВСТУП	4
РОЗДІЛ I ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ	7
РОЗДІЛ II СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ	11
2.1. Обґрунтування інформаційного проєкту	11
2.2. Структура проєкту	12
2.3. Жанрова палітра	13
2.4. Зображальний матеріал та особливості оформлення	14
2.5. Авторська ідея	15
2.6. Особливості аудиторії	15
РОЗДІЛ III ТЕХНІЧНІ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ	17
ВИСНОВКИ	19
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	20
ДОКУМЕНТАЦІЯ	27
ДОДАТКИ	29
АНОТАЦІЯ	31
ANNOTATION	32

ВСТУП

Актуальність вибору теми полягає у зростанні присутності українського шоу-бізнесу за кордоном після початку повномасштабного вторгнення у 2022 році. Українські артисти, спортсмени, актори, дизайнери та медійні особистості дедалі активніше виходять на світовий ринок, стають учасниками міжнародних фестивалів, стрімінгових платформ, спортивних подій і глобальних культурних проєктів. Соціальні мережі та цифрові платформи значно посилили інтерес до українського контенту за кордоном, що робить цю тему актуальною для сучасної міжнародної журналістики.

Мета та завдання кваліфікаційної бакалаврської роботи. Метою проєкту є залучення міжнародної та української аудиторії до актуальних і цікавих подій, пов'язаних із міжнародною діяльністю відомих українських артистів, спортсменів, дизайнерів, акторів і медійних особистостей за кордоном.

Завдання роботи:

- створення інстаграм-сторінки;
- розробка дизайну логотипу та постів;
- оформлення та наповнення інстаграм-сторінки;
- написання власних матеріалів;
- просування інстаграм-сторінки;
- переклад матеріалів на іноземну мову (англійська).

Об'єкт та предмет дослідження. Об'єктом вивчення є український шоу-бізнес у міжнародному медіапросторі, а предметом — особливості висвітлення українських артистів, спортсменів, акторів та культурних подій за кордоном у форматі сучасної digital-журналістики (укр. цифрової журналістики) й соціальних мереж.

В проєкті інстаграм-сторінка «Український шоу-бізнес за кордоном»: створення, наповнення, просування були використані різні джерела інформації:

- офіційні сайти артистів;
- сайти спортивних організацій та фестивалів;
- міжнародні й українські медіа;
- соціальні мережі артистів, спортсменів, акторів та ін.;
- стрімінгові платформи;
- інтерв'ю;
- фото- та відеоматеріали;
- інформація з відкритих цифрових джерел;

Особлива увага приділялася пошуку першоджерел, перевірці достовірності інформації, аналізу міжнародного медіапростору та фактчекінгу матеріалів.

Основними методами дослідження в проєкті “Український шоу-бізнес за кордоном” є: аналіз і порівняння інформації, моніторинг медіа, аналіз контенту соціальних мереж, узагальнення, синтез, дедукція та індукція. Аналіз контенту використовувався для дослідження особливостей подачі інформації у social media journalism та аналізу контенту подібних медіа на платформі Інстаграм. Метод моніторингу Інстаграм та інтернет медіа дозволив відстежувати актуальні міжнародні новини й тенденції у сфері українського шоу-бізнесу. Порівняльний метод застосовувався для зіставлення інформації з різних джерел та перевірки її достовірності. Метод узагальнення дав змогу систематизувати результати дослідження та сформулювати висновки щодо ролі Інстаграм у популяризації українського шоу-бізнесу за кордоном. Також використовувалися методи фактчекінгу, спостереження та аналізу міжнародного медіапростору. Фактчекінг у проєкті здійснювався шляхом перевірки інформації в кількох незалежних джерелах. Для підтвердження новин використовувалися офіційні

сайти артистів, спортивних організацій, міжнародних фестивалів і стрімінгових платформ, а також офіційні сторінки публічних осіб у соціальних мережах. Також проводилися аналіз матеріалів українських і міжнародних медіа, зіставлення фактів, дат, цитат і статистичних даних. Фото- та відеоматеріали перевірялися на відповідність першоджерелам, а інформація додатково уточнювалася на основі офіційних пресрелізів і публікацій авторитетних медіаресурсів.

Структура проекту складається зі серії тематичних інформаційно-аналітичних матеріалів у форматі каруселей Інстаграм. Проект охоплює теми міжнародної популярності українських артистів, спортсменів, акторів, музичних фестивалів, стрімінгових платформ, світового кіно та культурних подій за кордоном. Матеріали побудовані за принципом коротких інформаційних блоків із візуальним супроводом та адаптовані до сучасного формату соціальних мереж.

РОЗДІЛ І

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ

Сучасна міжнародна журналістика дедалі більше орієнтується на онлайн-формати та швидке поширення інформації через соціальні мережі. Саме тому Інстаграм є однією з найпопулярніших соціальних платформ сучасності, яка стала важливою частиною медійного середовища, де формується міжнародний імідж українського шоу-бізнесу [4].

Інстаграм-сторінка у сучасному медіапросторі може розглядатися як окремий різновид digital-медіа, оскільки виконує інформаційну, комунікаційну та соціальну функції. Через Інстаграм аудиторія отримує новини, аналітичний контент, візуальні матеріали та бере участь у комунікації з авторами контенту. На думку сучасних дослідників digital-журналістики, соціальні мережі сьогодні функціонують не лише як засіб комунікації, а як повноцінні медіаплатформи, через які здійснюється поширення новинного, аналітичного та мультимедійного контенту. Зокрема, у дослідженні «Семіотична репрезентація медіанараторів у мережі Інстаграм» зазначається, що Інстаграм «функціонує не лише як соціальна мережа, а як повноцінна медіаплатформа, здатна інтегрувати вербальні, візуальні, аудіальні та інтерактивні ресурси в межах єдиної комунікативної системи» [6].

Дослідники digital journalism також наголошують, що розвиток цифрових платформ змінив принципи створення та поширення журналістського контенту, адаптувавши його під швидке споживання інформації, мультимедійність та інтерактивність аудиторії [10]. Саме тому інстаграм-контент сьогодні активно використовується у сфері social media journalism та entertainment journalism.

Соціальні мережі стали важливою частиною social media journalism — напряму журналістики, що передбачає створення та поширення інформаційного контенту через цифрові платформи [10]. Інстаграм завдяки поєднанню текстового, візуального та відеоконтенту дозволяє адаптувати журналістські

матеріали під сучасні потреби аудиторії та забезпечує швидке поширення інформації у глобальному медіапросторі [6].

Особливу роль у цьому відіграють інформаційно-аналітичні матеріали у форматі soft news (укр. легких новин) та infotainment-контенту.

Поняття soft news у сучасній журналістиці охоплює матеріали, пов'язані з культурою, шоу-бізнесом, спортом, lifestyle (укр. стиль життя) та соціальними темами. Сучасні дослідники медіа зазначають, що формати soft news та infotainment стали особливо популярними у соціальних мережах через зміну способів споживання інформації аудиторією. Користувачі digital-платформ надають перевагу коротким інформаційним форматам із візуальним супроводом та емоційною подачею матеріалу [25]. Саме тому entertainment journalism сьогодні активно адаптується під алгоритми соціальних мереж та мобільні формати контенту. На відміну від hard news (укр. жорсткі новини), які стосуються політики, воєнних подій або надзвичайних ситуацій, soft news мають легший стиль подачі, емоційне забарвлення та орієнтовані на зацікавленість аудиторії. Саме цей формат сьогодні активно використовується у соціальних мережах та цифровій журналістиці [25].

Формат infotainment сьогодні активно використовується в соціальних мережах, оскільки дозволяє подавати новини в більш легкому та емоційному стилі. Особливо популярним цей підхід став у сфері шоу-бізнесу, де важливу роль відіграє не лише сам факт новини, а й спосіб її подачі аудиторії.

Український шоу-бізнес упродовж останніх років значно розширив свою присутність у міжнародному інформаційному просторі. Особливо помітно, що цей процес запусився після початку 2022 року, коли українська культура, музика, кіно, спорт та фешн-індустрія почали активно привертати увагу світової аудиторії на тлі повномасштабного вторгнення. Соціальні мережі, стрімінгові платформи та digital-медіа стали основними інструментами популяризації українського контенту за кордоном [10].

Важливим аспектом є також глобалізація культурного простору. Зірки українського шоу-бізнесу дедалі частіше беруть участь у міжнародних фестивалях, концертах, fashion-показах, благодійних проєктах, спортивних заходах і кінопроєктах. Це почало активно сприяти інтеграції української культури у світовий контекст і формуванню позитивного іміджу України за кордоном.

Окремої уваги заслуговує роль соціальних мереж у просуванні українського шоу-бізнесу. Така платформа, як Інстаграм, завдяки алгоритмам рекомендацій та доступності у використанні, дозволяє миттєво поширювати інформацію, взаємодіяти з міжнародною аудиторією та створювати нові формати інтернет-контенту. Саме тому сучасна журналістика дедалі більше адаптується до коротких інформаційних форматів, правильної візуальної подачі та інтерактивного контенту [10].

Не менш важливим є вплив стрімінгових платформ на популяризацію українського контенту. Такі сервіси, як Netflix, Spotify, Apple Music та YouTube, відкрили нові можливості для українських артистів і кіновиробників. Завдяки цим платформам українські фільми, серіали та музика стають доступними для міжнародної аудиторії, а український контент поступово інтегрується в глобальний культурний простір [24].

У сучасних умовах шоу-бізнес також виконує важливу соціальну та комунікативну функцію. Через культурний продукт формується міжнародне сприйняття країни, її цінностей і культурної ідентичності. Саме тому український шоу-бізнес сьогодні можна розглядати не лише як індустрію розваг, а й як важливий елемент культурної дипломатії та міжнародної комунікації.

Теоретичною основою кваліфікаційної бакалаврської роботи стали ретельні дослідження у сфері міжнародної журналістики, digital-комунікацій, культурної журналістики та медіапросування. Додатково було використано набуті знання під час практик і навчання. У роботі також враховано сучасні

тенденції розвитку журналістики у соціальних медіа та особливості функціонування шоу-бізнесу в умовах глобального інформаційного простору.

РОЗДІЛ II

СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ

2.1. Обґрунтування інформаційного проєкту

Інформаційний проєкт створено у форматі Інстаграм-каруселей. Основною темою є міжнародна популярність українського шоу-бізнесу, а також участь українських артистів у світових фестивалях, міжнародних кінопроєктах, спортивних заходах і культурних ініціативах.

Актуальність проєкту зумовлена стрімким розвитком digital-журналістики та зростанням використання соціальних мереж у сучасному інформаційному просторі. Сьогодні Інстаграм є не лише платформою для розважального контенту, а й повноцінною медіаплатформою, через яку аудиторія отримує новини, аналітику та інформацію про міжнародні події [6]. Саме тому формат Інстаграм-каруселей став одним із найефективніших способів подачі інформації для молоді аудиторії.

Особливу актуальність тема українського шоу-бізнесу за кордоном отримала після 2022 року, коли міжнародна увага до України значно зросла. Українські артисти почали активніше брати участь у міжнародних фестивалях, світових музичних преміях, благодійних турах, fashion-показах і кінопроєктах. Це сприяло не лише популяризації української культури, а й формуванню позитивного іміджу України у світі.

Проєкт спрямований на висвітлення міжнародних досягнень українських артистів, спортсменів, режисерів, танцівників, дизайнерів та інших представників культурної сфери. Значна увага приділяється аналізу міжнародного медіапростору, діяльності українських артистів на світовій сцені та впливу соціальних мереж на популяризацію українського контенту.

Важливим аспектом проєкту є адаптація інформації до сучасного формату споживання контенту. Більшість користувачів соціальних мереж сприймає інформацію швидко завдяки коротким текстовим блокам, візуальним елементам

та інтерактивній подачі. Саме тому матеріали створювалися у форматі коротких інформаційно-аналітичних текстів із візуальним супроводом та акцентом на емоційну й візуальну складову контенту.

Крім того, інформаційний проєкт має не лише розважальний, а й культурно-комунікативний характер. Через матеріали про міжнародні успіхи українців формується уявлення про сучасну українську культуру, її інтеграцію у світовий простір та роль українського шоу-бізнесу у міжнародній комунікації.

2.2. Структура проєкту

Проєкт складається з 35 тематичних публікацій про українських артистів, спортсменів, акторів і культурні події за кордоном. Матеріали структуровані у форматі коротких інформаційних блоків із візуальним супроводом та перекладом окремих фраз англійською мовою з метою адаптації для міжнародної аудиторії.

Основу проєкту становлять інстаграм-каруселі, що складаються зі серії тематичних слайдів [6]. Кожна публікація має чітку структуру: титульний слайд із заголовком, основну інформаційну частину, аналітичний або пояснювальний блок і фінальний слайд із підсумком або акцентною думкою. Така структура дозволяє утримувати увагу аудиторії та зробити подачу інформації зручнішою для сприйняття у форматі соціальних мереж.

У проєкті використовувалися різні тематичні напрями. Серед них: участь українських артистів у світових музичних фестивалях, міжнародні тури українських виконавців, діяльність українських режисерів та акторів у Голлівуді, український контент на Netflix, міжнародна кар'єра спортсменів, а також культурні та благодійні ініціативи за кордоном.

Окрему частину контенту становлять матеріали у форматі soft news та infotainment, орієнтовані на емоційну подачу інформації, створення дискусії серед аудиторії та привернення уваги до міжнародної діяльності українців.

Також використовувалися елементи аналітичного контенту, порівняння, фактчекінгу та короткого медіааналізу.

Важливою особливістю структури роботи є поєднання текстової та візуальної інформації. Кожна публікація створювалася з урахуванням сучасних алгоритмів Інстаграм, особливостей формату та швидкості сприйняття інформації аудиторією.

2.3. Жанрова палітра

У проєкті використані жанри інформаційної статті, soft news, feature-матеріалу та інформаційно-аналітичного поста. Основний формат адаптований під соціальні мережі та сучасну digital-журналістику для кращого сприйняття аудиторії різного віку.

Жанр soft news став одним із ключових у межах проєкту, оскільки саме він дозволяє поєднувати інформаційну складову з емоційною подачею. Такі матеріали орієнтовані не лише на повідомлення фактів, а й на залучення аудиторії, створення емоційного контакту та підвищення інтересу до теми. Саме тому значна частина публікацій має динамічні заголовки, короткі абзаци та акцентні фрази.

Feature-матеріали використовувалися для більш детального розкриття окремих тем, пов'язаних із міжнародною кар'єрою українських артистів, спортсменів чи культурних діячів. Такі тексти мають більш описовий характер і дають змогу глибше розкрити тему через історію, біографічні факти або аналіз діяльності конкретної особи.

Інформаційно-аналітичний формат застосовувався у публікаціях, де необхідно було не лише подати новину, а й пояснити її значення для українського шоу-бізнесу та міжнародного медіапростору. У таких матеріалах використовувалися елементи медіааналізу, порівняння та короткі пояснювальні блоки.

Також у проєкті активно використовувалися елементи інфотейнмент-контенту — поєднання інформаційної та розважальної складових [25]. Це дозволило зробити матеріали більш сучасними, адаптованими під алгоритми соціальних мереж і зручними для сприйняття молодією аудиторією.

2.4. Зображальний матеріал та особливості оформлення

Для оформлення інстаграм-каруселей було розроблено стриманий сучасний дизайн для чіткої видимості текстових і візуальних матеріалів. Використовувалися фотографії артистів, спортсменів, акторів, афіші міжнародних подій, концертів, спортивних турнірів і кіно.

Візуальний стиль проєкту побудований на сучасній Інстаграм-подачі з використанням коротких заголовків, акцентних текстових блоків і мінімалістичного оформлення. Основна увага приділялася зручності читання тексту, гармонійному поєднанню кольорів та адаптації контенту до формату платформи.

Під час створення візуального оформлення враховувалися сучасні тенденції digital-дизайну та особливості алгоритмів соціальних мереж. Для кожної каруселі обирали окремі фотографії, які відповідали тематиці матеріалу та допомагали створити візуальний акцент. Також використовувалися елементи типографіки, великі заголовки, виділення ключових фраз і сучасна композиція слайдів.

Особлива увага приділялася балансу між текстом і зображенням. Надмірне перевантаження інформацією могло негативно вплинути на сприйняття контенту, тому тексти були адаптовані до формату коротких інформаційних блоків.

Для створення дизайну використовувалася платформа Canva, яка дала змогу швидко адаптувати матеріали під формат Інстаграму і створити єдиний візуальний стиль проєкту.

2.5. Авторська ідея

Авторська ідея полягала у створенні сучасного медіапроекту, який демонструє український шоу-бізнес як частину глобальної культурної індустрії та показує міжнародний успіх українців і особливості їхнього життя за кордоном.

Основною метою було створення контенту, який поєднує інформативність, сучасну подачу та адаптацію до соціальних мереж. Проект мав показати, що українські артисти, спортсмени та культурні діячі є повноцінними учасниками міжнародного медіапростору й дедалі активніше інтегруються у світову індустрію розваг.

Авторська концепція також передбачала поєднання entertainment journalism із елементами культурної журналістики та digital-комунікації. Через короткі інформаційні формати, візуальну подачу та емоційний стиль контенту створювався сучасний медіапродукт, орієнтований на молоду аудиторію соціальних мереж.

Окремим завданням стало формування позитивного міжнародного іміджу України через культурний контент і популяризацію українських досягнень у сфері шоу-бізнесу.

2.6. Особливості аудиторії

Основною аудиторією є жінки та чоловіки віком 18–45 років, які активно споживають короткоформатний контент у соціальних мережах, цікавляться українською культурою, світовими трендами та міжнародно-українськими новинами шоу-бізнесу.

Цільова аудиторія переважно складається з активних користувачів Інстаграм, TikTok та інших digital-платформ, які звикли швидко отримувати

інформацію через короткі текстові блоки та візуальний контент. Для такої аудиторії важливими є емоційна подача, сучасний стиль оформлення, актуальність тем та інтерактивність контенту.

Сторінка орієнтована на аудиторію, яка цікавиться міжнародною популярністю українських артистів, культурною дипломатією, світовою музичною індустрією, кіном і спортом. Частина контенту була адаптована для українців, які проживають за кордоном і продовжують стежити за українським інформаційним простором через соціальні мережі.

Особливістю аудиторії є високий рівень залучення до digital-контенту, швидке сприйняття інформації та інтерес до поєднання новинного й розважального форматів. Саме тому проєкт створювався з урахуванням сучасних тенденцій social media journalism та особливостей споживання контенту у соціальних мережах.

РОЗДІЛ III

ТЕХНІЧНІ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ

Для реалізації проєкту використовувалися Canva, Google Docs та Інстаграм. Матеріали створювалися у форматі короткоформатного контенту для публікації в соціальних мережах.

Canva — це додаток для створення професійного графічного дизайну, презентацій, публікацій для соціальних мереж, відео, афіш, банерів та інших видів візуального контенту [5].

Під час роботи над проєктом Canva використовувалася як основний інструмент для створення інстаграм-каруселей. За допомогою платформи підбиралися шрифти та кольорова гама, виконувалося оформлення слайдів і розташування текстових блоків.

Google Docs — це онлайн-сервіс для створення, редагування та зберігання текстових документів, розроблений компанією Google. Я використовувала його для написання та редагування текстів з метою зручного структурування матеріалів, роботи з великим обсягом інформації та систематизації джерел для проєкту [6].

Інстаграм — одна з найпопулярніших соціальних мереж сьогодення у світі, орієнтована на поширення фото-, відео- та мультимедіаконтенту [4].

У межах проєкту Інстаграм використовувався як основна платформа для адаптації інформаційно-аналітичних матеріалів для цифрової аудиторії. Формат Інстаграм-каруселей дозволив поєднати текстову інформацію, візуальний контент, емоційну подачу та сучасний стиль оформлення. Також платформа використовувалася для аналізу реакції аудиторії, моніторингу трендів і дослідження популярності українського шоу-бізнесу в міжнародному медіапросторі.

ВИСНОВКИ

1. У результаті виконання кваліфікаційної бакалаврської роботи було створено інформаційний інстаграм-проект «Український шоу-бізнес за кордоном», спрямований на висвітлення міжнародної діяльності українських артистів, спортсменів, акторів, дизайнерів та інших представників культурної сфери. Проект реалізовано у форматі інстаграм-каруселей та інформаційно-аналітичних постів із адаптацією контенту під сучасні digital-платформи. Теоретичне дослідження підтвердило, що Інстаграм сьогодні є не лише соціальною мережею, а й повноцінною медіаплатформою, яка виконує інформаційну, комунікаційну та культурну функції.

2. У ході роботи було розроблено візуальний стиль проекту, дизайн публікацій та структуру інстаграм-каруселей. Під час створення контенту враховувалися особливості сучасної digital-журналістики, алгоритми соціальних мереж, принципи візуальної комунікації та швидкого сприйняття інформації аудиторією. У процесі дослідження було встановлено, що сучасна аудиторія надає перевагу коротким інформаційним форматам із візуальним супроводом, мультимедійністю та емоційною подачею матеріалу.

3. У процесі реалізації проекту здійснювалося оформлення та наповнення інстаграм-сторінки інформаційно-аналітичними матеріалами про міжнародну діяльність українського шоу-бізнесу. У межах роботи було створено серію тематичних публікацій про музичні фестивалі, кінопроекти, спортивні події, благодійні ініціативи та міжнародні досягнення українських артистів. Дослідження показало, що український шоу-бізнес сьогодні активно інтегрується у міжнародний медіапростір, а соціальні мережі й digital-платформи відіграють важливу роль у популяризації української культури у світі.

4. Практична частина роботи передбачала написання власних інформаційно-аналітичних матеріалів із використанням методів моніторингу медіа, контент-аналізу, фактчекінгу та порівняння інформації з різних джерел.

Для створення контенту використовувалися міжнародні та українські медіа, офіційні сайти артистів, стрімінгових платформ, спортивних організацій і соціальні мережі публічних осіб. Однією з основних труднощів реалізації проекту стало просування інстаграм-сторінки без використання рекламних інструментів, оскільки органічне залучення аудиторії потребує значного часу та постійної взаємодії з користувачами.

5. Окрему увагу під час реалізації проекту було приділено просуванню Instagram-сторінки та залученню аудиторії. У процесі роботи було встановлено, що органічне просування інформаційного контенту в соціальних мережах є складним і тривалим процесом, який залежить від алгоритмів платформи, регулярності публікацій, взаємодії з аудиторією та актуальності тем. Однією з основних труднощів стало просування сторінки без використання платної реклами, що ускладнювало швидке збільшення охоплень і кількості підписників. Водночас досвід реалізації проекту підтвердив, що системна робота з контентом, візуальним оформленням та адаптацією матеріалів під потреби аудиторії сприяє поступовому розвитку медіапроекту на платформі Інстаграм.

6. У межах проекту окремі елементи контенту були адаптовані та перекладені англійською мовою для розширення міжнародної аудиторії. Для підвищення ефективності подібних медіапроектів доцільно використовувати регулярний контент-план, інтерактивні формати, відеоконтент і сучасні інструменти SMM-просування. Результати дослідження підтвердили, що social media journalism є перспективним напрямом сучасної міжнародної журналістики, а інстаграм-контент може ефективно використовуватися для формування позитивного міжнародного іміджу України та популяризації українського шоу-бізнесу у глобальному інформаційному просторі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Артем Довбик. AS Roma Official. URL: <https://www.asroma.com/> ; Reuters. URL: <https://www.reuters.com/sports/soccer/roma-sign-striker-dovbyk-girona-2024-08-02/> ; Transfermarkt. URL: <https://www.transfermarkt.com/> (дата звернення: 26.05.2026).
2. Два бої до легенди: фінал кар'єри Усика? DAZN Boxing. URL: <https://www.dazn.com/> ; BoxRec. URL: <https://boxrec.com/> ; Sky Sports Boxing. URL: <https://www.skysports.com/boxing> (дата звернення: 26.05.2026).
3. Де ми загубили Івана Дорна. Instagram Івана Дорна. URL: https://www.instagram.com/dorn_ivan/ ; OBOZ.UA. URL: <https://www.obozrevatel.com/> ; Іван Дорн. Wikipedia. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Іван_Дорн (дата звернення: 26.05.2026).
4. Інстаграм. URL: <https://www.instagram.com/> (дата звернення: 28.05.2026).
5. Куди зникла НК. Focus.ua. URL: <https://focus.ua/lifestyle/733361-nastya-kamenskih-okonchatelno-pereshla-na-ispanskiy-zriteli-rasteryany> ; Instagram НК. URL: <https://www.instagram.com/kamenskux/> ; YouTube NKofficial. URL: <https://www.youtube.com/@nkofficial> (дата звернення: 26.05.2026).
6. Куліш В. С. Семіотична репрезентація медіанараторів у мережі Instagram // ResearchGate. URL: https://www.researchgate.net/publication/400142495_SEMIOTICNA_REPREZENTACIA_MEDIANARATORIV_U_MEREZI_INSTAGRAM(дата звернення: 28.05.2026).
7. Leleka вже увійшла в історію Євробачення. Eurovision Song Contest. URL: <https://eurovision.tv/> ; Eurovision World. URL: <https://eurovisionworld.com/> ; Суспільне Культура. URL: <https://suspilne.media/culture/> (дата звернення: 26.05.2026).

8. Наші на Paris Fashion Week. Paris Fashion Week. URL: <https://www.fhcm.paris/>; Vogue Ukraine. URL: <https://vogue.ua/>; Vogue Business. URL: <https://www.voguebusiness.com/> (дата звернення: 26.05.2026).

9. Наші зірки про яких мало говорять. United24 Media. URL: <https://united24media.com/>; Billboard. URL: <https://www.billboard.com/>; Vogue Ukraine. URL: <https://vogue.ua/> (дата звернення: 26.05.2026).

10. Несен Є. Журналістика в соціальних мережах: перспективи розвитку // Наука Online. URL: <https://nauka-online.com/ua/publications/social-communications/2022/12/10-14/> (дата звернення: 28.05.2026).

11. Олександр Рудинський та Сідні Свіні на одному екрані. Українська правда. Життя. URL: <https://life.pravda.com.ua/culture/oleksandr-rudinskiy-zigraye-u-filmi-netflix-za-anime-gandam-314521/>; Netflix Tudum. URL: <https://www.netflix.com/tudum/articles/gundam-live-action-movie-release-date-news>; Суспільне Культура. URL: <https://suspilne.media/culture/1294297-oleksandr-rudinskij-zigrae-u-filmi-gandam-na-netflix-razom-z-sidni-svini-ta-noa-sorentino/>; Babel. URL: <https://babel.ua/en/news/126392-oleksandr-rudynsky-to-star-in-netflix-adventure-film-alongside-sidney-sweeney-and-noah-centineo> (дата звернення: 26.05.2026).

12. Прізвище Бадоеви вам про щось каже. Instagram Алана Бадоева. URL: <https://www.instagram.com/alanbadoev/>; IMDb. URL: <https://www.imdb.com/>; 1+1. URL: <https://1plus1.ua/> (дата звернення: 26.05.2026).

13. Про Ольгу Харлан знімуть художній фільм. РБК-Україна. URL: <https://www.rbc.ua/rus/entertainment/olgu-harlan-znimut-film-sportivna-drama-pokazhe-1776946952.html>; Суспільне Культура. URL: <https://suspilne.media/culture/1294399-pro-olgu-harlan-znimut-bajopik-stricka-podala-na-pidtrimku-vid-tisacovesni/>; ШоТам. URL: <https://shotam.info/pro-ukrainsku-fekhtuvalnytsiu-olhu-kharlan-znimut-bajopik/>; ВЗН. URL:

<https://bzh.life/ua/novyny/1776702673-pro-ukrainsku-fekhtuvalnytsiu-olhu-kharlan-z-nimut-khudozhnii-film/> (дата звернення: 26.05.2026).

14. Таня Муїньо: українка яка знімає весь Голлівуд. Таня Муїньо. Wikipedia. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Таня_Муїньо ; Billboard. URL: <https://www.billboard.com/> ; Vogue Ukraine. URL: <https://vogue.ua/> (дата звернення: 26.05.2026).

15. Україна на премії Оскар. The Academy Awards. URL: <https://www.oscars.org/> ; Variety. URL: <https://variety.com/> ; Deadline. URL: <https://deadline.com/> (дата звернення: 26.05.2026).

16. Українські артисти на світових фестивалях. Glastonbury Festival. URL: <https://www.glastonburyfestivals.co.uk/>; Sziget Festival. URL: <https://szigetfestival.com/> ; Eurosonic Noorderslag. URL: <https://esns.nl/> ; Bonnaroo Music and Arts Festival. URL: <https://www.bonnaroo.com/> (дата звернення: 26.05.2026).

17. Українські артисти за кордоном: хайп чи реальний прорив. Billboard. URL: <https://www.billboard.com/> ; Eurovision Song Contest. URL: <https://eurovision.tv/> ; Spotify Charts. URL: <https://charts.spotify.com/> ; YouTube Music. URL: <https://music.youtube.com/> (дата звернення: 26.05.2026).

18. Українські благодійні стендапи за кордоном збирають повні зали. Instagram Підпільний Стендап. URL: <https://www.instagram.com/undergroundstandupkyiv/> ; Instagram Антона Тимошенка. URL: <https://www.instagram.com/timoshenkoanton/> ; Instagram Василя Байдака. URL: <https://www.instagram.com/baydakvasyl/> ; Instagram Фелікса Редьки. URL: <https://www.instagram.com/felix.redka/> (дата звернення: 26.05.2026).

19. Українські танцівники які підкорюють світові сцени. Dancing with the Stars. URL: <https://www.dwtstour.com/> ; Billboard. URL: <https://www.billboard.com/> ; Instagram. URL: <https://www.instagram.com/> (дата звернення: 26.05.2026).

20. Український контент на Netflix. Netflix Tudum. URL: <https://www.netflix.com/tudum> ; Кіно 24. URL: https://kino.24tv.ua/yaki-ukrayinski-filmi-ye-netflix-ukrayinski-seriali-netflix-shho_n_2739542 ; IMDb. URL: <https://www.imdb.com/> (дата звернення: 26.05.2026).

21. Український слід у Формулі-1. Formula1.com. URL: <https://www.formula1.com/> ; Williams Racing. URL: <https://www.williamsf1.com/> ; Alex Albon. Wikipedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Alex_Albon ; Instagram Олександра Бондарева. URL: <https://www.instagram.com/bondarev.racing/> (дата звернення: 26.05.2026).

22. Українське коріння в Голлівуді. IMDb. URL: <https://www.imdb.com/> ; The Hollywood Reporter. URL: <https://www.hollywoodreporter.com/> ; Variety. URL: <https://variety.com/> (дата звернення: 26.05.2026).

23. Усик знову переміг та знову увійшов в історію. Reuters. URL: <https://www.reuters.com/> ; ESPN Boxing. URL: <https://www.espn.com/boxing/> ; DAZN. URL: <https://www.dazn.com/> ; The Ring Magazine. URL: <https://www.ringtv.com/> (дата звернення: 26.05.2026).

24. Canva. URL: <https://www.canva.com/> (дата звернення: 28.05.2026).

25. Digital Journalism // Taylor & Francis. URL: <https://www.tandfonline.com/action/journalInformation?journalCode=rdij20> (дата звернення: 28.05.2026).

26. Google Docs. URL: <https://docs.google.com/> (дата звернення: 28.05.2026).

ДОКУМЕНТАЦІЯ

У процесі створення інформаційного проєкту **“Український шоу-бізнес за кордоном”** було виконано декілька етапів роботи.

На першому етапі здійснювався аналіз міжнародного медіапростору та визначення основної концепції проєкту. Було обрано тематику міжнародної популярності українського шоу-бізнесу, а також визначено основні напрями контенту: музика, кіно, спорт, fashion-індустрія, міжнародні фестивалі та digital-культура.

Наступним етапом стало створення інстаграм-сторінки та розробка візуального оформлення. Для цього використовувалася платформа Canva, за допомогою якої створювалися інстаграм-каруселі, титульні слайди, обкладинки та інформаційні блоки. Особлива увага приділялася мінімалістичному стилю оформлення, читабельності тексту та адаптації контенту під mobile-формат.

У межах проєкту було створено серію інформаційно-аналітичних матеріалів про українських артистів, спортсменів, акторів та культурні події за кордоном. Під час роботи над контентом використовувалися міжнародні та українські медіа, офіційні сторінки артистів, стрімінгові платформи, спортивні ресурси та соціальні мережі.

Окрему увагу було приділено фактчекінгу інформації. Матеріали перевірялися через декілька незалежних джерел, офіційні сайти та міжнародні медіаресурси. Також здійснювався моніторинг актуальних новин та міжнародних трендів у сфері шоу-бізнесу.

Під час створення контенту використовувалися принципи soft news та infotainment-контенту, що дозволило адаптувати інформаційні матеріали під сучасний формат соціальних мереж. Основною метою було поєднання інформаційності, візуальної привабливості та швидкого сприйняття контенту аудиторією.

У результаті роботи було створено інстаграм-проект, орієнтований на популяризацію українського шоу-бізнесу у міжнародному інформаційному просторі.

ДОДАТКИ

Фото інстаграм-сторінки:

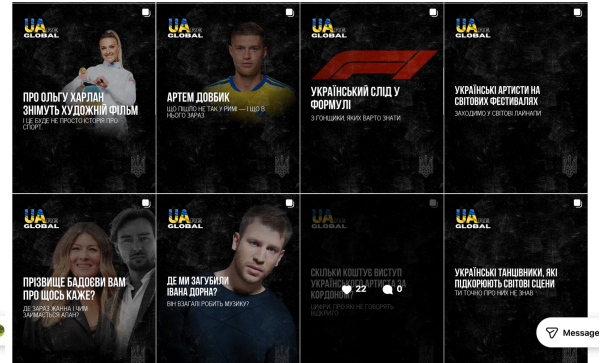
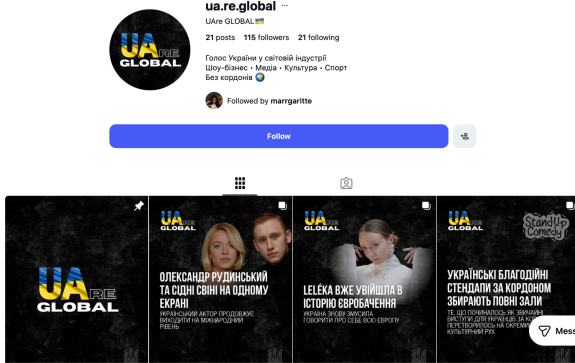
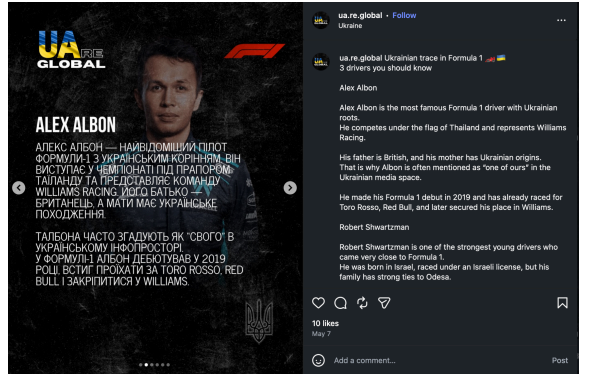
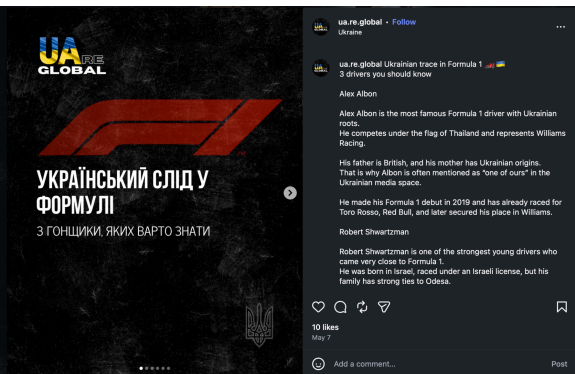
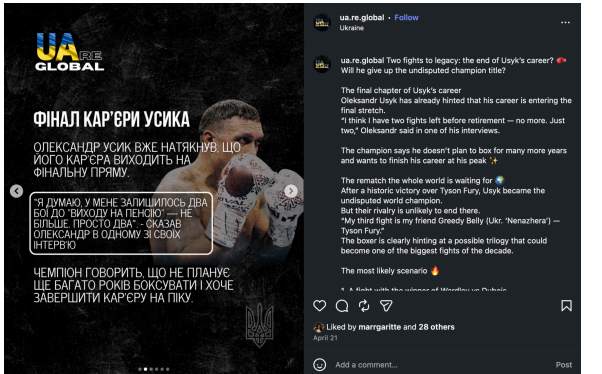
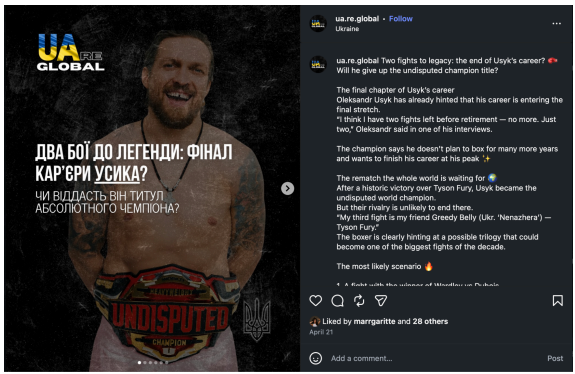
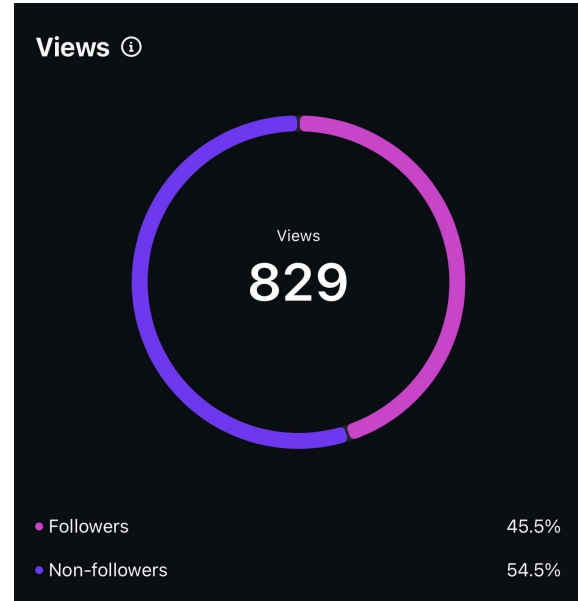
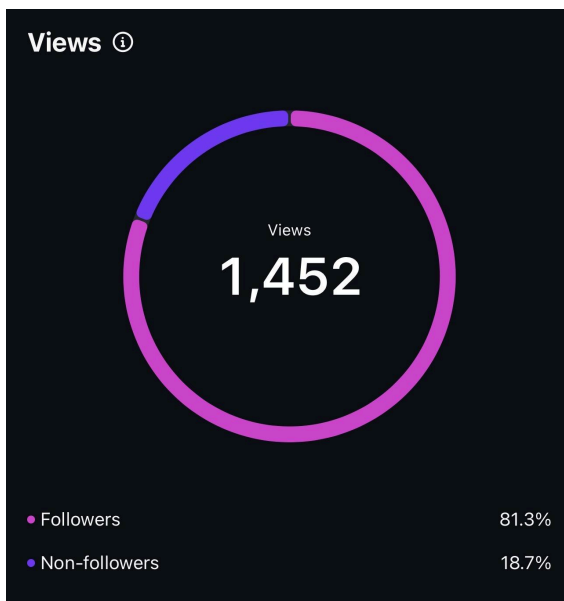
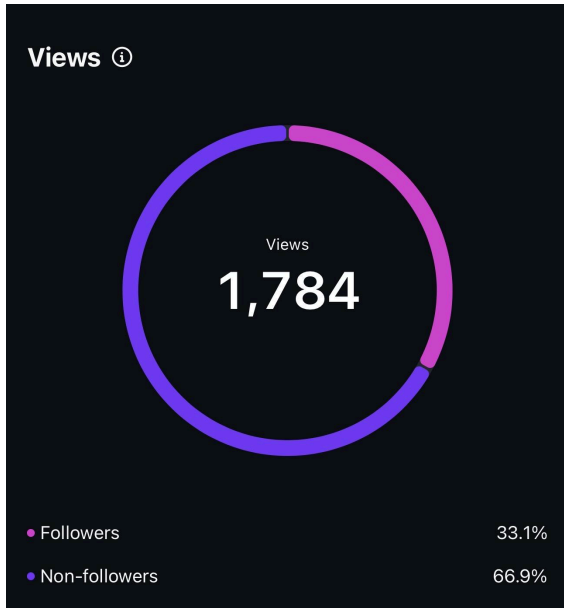


Фото-прикладі Інстаграм-каруселей:



Статистика переглядів окремих постів:



АНОТАЦІЯ

Ладоня М. І. Інстаграм-сторінка «Український шоу-бізнес за кордоном»: створення, наповнення, просування.

У кваліфікаційній бакалаврській роботі досліджено особливості висвітлення українського шоу-бізнесу у міжнародному медіапросторі засобами social media journalism. Проаналізовано роль соціальних мереж, digital-журналістики та інстаграм-контенту у популяризації українських артистів, спортсменів, акторів і культурних подій за кордоном.

У практичній частині роботи створено інформаційний інстаграм-проект у форматі інстаграм-каруселей та інформаційно-аналітичних постів. Під час роботи використовувалися методи моніторингу медіа, аналізу, фактчекінгу, аналізу міжнародного медіапростору та порівняння інформації з різних джерел.

Результати дослідження підтвердили, що соціальні мережі є важливим інструментом популяризації українського шоу-бізнесу у світі та формування міжнародного іміджу України через культурний контент.

Ключові слова: Інстаграм, digital-журналістика, social media journalism, український шоу-бізнес, soft news, infotainment, міжнародна журналістика, інстаграм-каруселі, медіапростір, соціальні мережі.

ANNOTATION

Ladonia M. I. Instagram Page “Ukrainian Show Business Abroad”: Creation, Content Development and Promotion.

The bachelor qualification paper examines the peculiarities of covering Ukrainian show business in the international media space through social media journalism. The study analyzes the role of social networks, digital journalism and Instagram content in promoting Ukrainian artists, athletes, actors and cultural events abroad.

The practical part of the project included the creation of an informational Instagram project in the format of Instagram carousels and analytical posts. The research methods included media monitoring, content analysis, fact-checking, analysis of the international media environment and comparison of information from different sources.

The results of the study confirmed that social networks are an important tool for promoting Ukrainian show business worldwide and shaping the international image of Ukraine through cultural content.

Keywords: Instagram, digital journalism, social media journalism, Ukrainian show business, soft news, infotainment, international journalism, Instagram carousels, media space, social networks.