

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Факультет журналістики

Кафедра міжнародної журналістики

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему:

**АДАПТАЦІЯ УКРАЇНЦІВ В ПОЛЬЩІ: СТВОРЕННЯ ТА
ПРОСУВАННЯ ІНСТАГРАМ СТОРІНКИ**

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
Григорчук Олександри Сергіївни

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

Науковий керівник: Багненко В.Ю.
Викладач кафедри міжнародної журналістики

(підпис студента)

(ініціали, прізвище)

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Допускаю до захисту перед ЕК

Голова комісії

В.І.Терещук
завідувач кафедри міжнародної
журналістики

(підпис)

(ініціали, прізвище)

Члени комісії

(підпис)

(ініціали, прізвище)

(підпис)

(ініціали, прізвище)

(підпис)

(ініціали, прізвище)

м. Київ — 2026 рік

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ ТА ПРОСУВАННЯ ІНСТАГРАМ- СТОРІNKИ.....	5 13
РОЗДІЛ II. СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ.....	13 13
2.1. Обґрунтування інформаційного проєкту.....	14
2.2. Структура продукту.....	15 27
2.3. Жанрова палітра інформаційного проєкту.....	27
2.4. Зображальний матеріал та особливості оформлення.....	
2.5. Авторська ідея інформаційного проєкту.....	28 30
2.6. Особливості аудиторії продукту.....	31 35
РОЗДІЛ III. ТЕХНІЧНІ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ СТВОРЕННЯ ТА ПРОСУВАННЯ ІНСТАГРАМ- СТОРІNKИ.....	36 37
ВИСНОВКИ.....	
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	
ДОКУМЕНТАЦІЯ.....	
•	
ДОДАТКИ.....	
АНОТАЦІЯ.....	

ВСТУП

Актуальність вибору теми. В умовах повномасштабної війни в Україні проблема адаптації українського населення в умовах міграції до інших держав має особливу актуальність. Переважна більшість українців мігрують до Польщі, а тому питання адаптації українців до життя в Польщі особливо гостро потребує вирішення. Instagram є однією з провідних цифрових платформ, яка може бути використана як медійний інструмент для обраної проблематики. Саме тому існує потреба у проведенні власного дослідження.

Мета та завдання кваліфікаційної бакалаврської роботи. Метою проєкту є сприяння адаптації українських біженців в Польщі шляхом створення та просування інстаграм-сторінки.

Завдання роботи:

- здійснити огляд наукової літератури на предмет дослідження проблематики Instagram з наукових позицій;
- розробити власний продукт в рамках дослідження із обґрунтуванням авторської ідеї та ключових елементів;
- узагальнити ключові інструменти реалізації авторського проєкту.

Об’єкт та предмет дослідження. Об’єктом вивчення є функціонування соціальної мережі Instagram, а предметом — теоретичні та практичні особливості створення та просування інстаграм-сторінки.

В проєкті «Адаптація українців в Польщі» були використані різні джерела інформації:

- Статистичні/соціологічні дані;
- Посилання на тексти/сайти.

Увага зверталася на якість і надійність джерела, відповідність класифікації; здійснювався перехресний фактчекінг (фінальна перевірка на внутрішню логіку); усі джерела перевірки зафіксовані.

Основними методами дослідження в проєкті: «Адаптація українців в Польщі» є: аналіз та порівняння, дедукція та індукція. Інші методи дослідження: case-study, аналогія, узагальнення, проєктування власного продукту.

Структура проєкту. Основними методами дослідження в проєкті: «Адаптація українців в Польщі» є: аналіз та порівняння, дедукція та індукція. Інші методи дослідження: case-study, аналогія, узагальнення, проєктування власного продукту.

РОЗДІЛ І

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ ТА ПРОСУВАННЯ ІНСТАГРАМ-СТОРІНКИ

Протягом останніх десятиліть Instagram індустріалізує та платформує повсякденні практики створення та обміну зображеннями. Instagram виступає як провідна соціальна мережа для обміну інформацією та комунікації. На сучасному етапі розвитку наукових знань щодо даної проблематики недостатньо ретельних досліджень, які б використовували бібліометричні методи для всебічного опису цієї галузі. Нами здійснено огляд ключових наукових досліджень останніх років щодо обраної проблематики.

Дослідники Н. Карах, М. Гемма Браун, Н. Тепеіру Кахукура та Л. Енрайт у своєму науковому дослідженні визначають три орієнтації, які учасники використовують для роздумів про своє особисте, творче та професійне використання Instagram: творча робота та повсякденне життя, курування епох свого життя та творчі експерименти з потоком, надані алгоритмічними та ефемерними стрічками Instagram [23].

На нашу думку, автори слушно акцентують увагу на ролі та орієнтирах розвитку Instagram. У той же час, недостатньо уваги приділено дослідженню просування медійних продуктів за допомогою Instagram, що дещо звужує отримані науковцями результати.

Бренди співпрацюють зі знаменитостями як у традиційних, так і в нових медіа. Instagram - це одна з широко використовуваних платформ соціальних мереж, де бренди намагаються охопити свою цільову аудиторію. Знаменитості використовують цю платформу не тільки для спілкування зі своїми шанувальниками, але й для партнерства з брендами.

Дослідники Г. Зенгін, Г. Маркалара та С. Білдірімі розкривають Instagram з позиції розкриття спонсорства, зазначаючи, що правила забороняють приховану рекламу та передбачають розкриття розміщення

продукту [37]. На нашу думку, зазначене сприяє підвищенню якості медійних продуктів, які створюються та просуваються через Instagram. У той же час, цьому дослідженню бракує розкриття кореляційних та причинно-наслідкових зв'язків між впізнаваністю брендів та відомих людей саме за рахунок використання соціальної мережі Instagram.

Науковцями М. Мандалена Відіантарі та В. Арі Седжаті було проведено дослідження щодо аналізу конкретного впливу контенту Instagram, як стратегічної форми рекламної комунікації, на впізнаваність бренду місцевого взуттєвого лейблу AEROSTREET [36].

Отже, наведене вище дослідження виступає цінним обґрунтуванням у розробці більш ефективних стратегій цифрового маркетингу. Оптимізуючи візуальне повідомлення та залучення до соціальних мереж, бренди можуть посилити свою присутність на ринку та сприяти більш глибоким зв'язкам зі своєю цільовою аудиторією у все більш конкурентному цифровому ландшафті. Перетворення цифрових технологій в сучасній сфері для бізнес-адаптації соціальних медіа-інструментів, які можуть використовуватися в комунікаційній стратегії. У будь-якій соціальній платформі Instagram є дуже конкурентоздатним та інтерактивним, що робить його релевантним для використання у нашому дослідженні.

Дослідниця Г. Гюлеш висвітлює обговорення того, що засоби масової інформації не тільки змінюють спосіб представлення архітектури, але й спосіб її виробництва, відтворення та споживання [26]. Особливістю статті є обговорення Instagram, щоб зосередитися на зміні взаємозв'язку між медіа та цифровою архітектурою.

Погоджуємося із авторкою, що цифрові аспекти функціонування та спростування публікацій в Instagram відіграють важливу роль в умовах сьогодення. Проте варто критично осмислити тезу про те, що публікацію зображень в Instagram варто розглядати лише з позиції цифрової архітектури. На нашу думку, елементи створення інформаційних повідомлень та їх просування мають розглядатися не лише в цифровому, але і в медійному

контенті. Оскільки саме такий підхід є більш комплексним та багатограним, медійним аспектам створення та просування публікацій в Instagram приділено не достатньо уваги.

Дослідник Р. Гадекар також зазначає, що швидке зростання та популярність Instagram привернули увагу науковців. За допомогою теорії використання та задоволення дослідницька спільнота почала ретельно вивчати, чому користувачі користуються Instagram [24]. Науковець визначає п'ять тематичних напрямків використання зазначеної соціальної платформи: ідентифікація, порівняння задоволення між вибірковими групами, порівняння між платформами соціальних мереж, використання задоволення для прогнозування інших змінних і вивчення передумов задоволення.

Результати даного дослідження мають високу емпіричну цінність, оскільки можуть бути використані нами в контексті нашого дослідження щодо створення та просування інстаграм-сторінки. У той же час, на нашу думку, недостатньо уваги приділено такому напрямку використання платформи, як соціальна функція, а також її вплив на ті чинники використання Instagram, які визначені в даному дослідженні. Дане питання може становити перспективи подальших наукових досліджень створення та просування інстаграм-сторінки з теоретичних позицій.

У науковій статті Ч. Муругесана та Р. Прабха також наголошено тому, що в останні роки соціальні мережі впливають на публічний дискурс та взаємодію в суспільстві. Інтернет стає дедалі важливішим інструментом для громадян не лише для отримання політичних знань, а й для участі в самому політичному процесі. Зокрема, соціальні мережі все частіше використовуються в різних медійних та публічних контекстах. Платформи соціальних мереж є кращим інструментом для просування соціальних та суспільних ідей, ніж традиційні методи [30].

Погоджуємося із дослідниками, що Instagram одна з найпотужніших платформ соціальних мереж для охоплення людей та особистої взаємодії з ними. Одним із найважливіших наслідків Instagram є його здатність охопити

молоде покоління. Instagram забезпечує зручний та доступний спосіб залишатися в курсі подій, взаємодіяти та брати участь у соціальному суспільному житті шляхом долучення до медійних проєктів. Таким чином, дане дослідження також посилює високу теоретичну та практичну цінність проблематики, обраної нами для дослідження.

Науковиця К. Хост додає, що платформи соціальних мереж, такі як Instagram, є активними додатками, які формують поведінку користувачів за допомогою алгоритмічної логіки. В епоху штучного інтелекту Instagram стає більш ефективною платформою соціальних мереж, яка більше не є нейтральним простором для людей, оскільки цей додаток рекомендує контент користувачам відповідно до їхніх уподобань, симпатій та антипатій [25].

Погоджуємося, що система ранжування контенту та система пропозицій Instagram в основному спираються на прогнозу аналітику, показники залученості та обчислювальне моделювання для визначення рівня видимості контенту, соціальної цінності контенту та його популярності. На структуру соціального визнання та культурний капітал впливають лайки, поширення та коментарі користувачів в Instagram. У той же час, у даній науковій статті недостатньо поглиблено вивчено особливості культурних алгоритмів для розуміння впливу соціальних та культурних цінностей на алгоритмічне керування контенту.

На противагу усьому вищезазначеному, дослідники А. Кемппаїнен, Х. Ньютінен та інші наголошують на тому, що освітні ініціативи на основі Instagram продемонстрували сильну залученість та покращені результати навчання в акаунтах, створених для дослідницьких цілей. Однак емпіричні дані щодо залучення до реального контенту акаунтів залишаються обмеженими [28]. Проте дослідження сфокусоване саме на освітньому контенті у медичній сфері, а тому його результати є не надто застосовними для нашого дослідження.

У працях Дж. Хейнзеля, Д. Дурак та інших доводиться, що Instagram епоширений професійний інструмент для пластичних хірургів, особливо тих, хто займається приватною практикою та міськими районами. Хоча професійна залученість була очевидною, загальна активність залишалася помірною з точки зору частоти публікацій та охоплення аудиторії [27]. Хоча сфера дослідження є відмінною від нашої, емпіричне підтвердження результатів щодо частоти публікацій та охоплення аудиторії має високу наукову цінність в контексті нашої теми дослідження.

Науковцями А. Квамар та І. Алі також встановлено, що глобальне використання соціальних мереж, зокрема Instagram, значно зросло. Швидке цифрове розширення спонукало авторів дослідити, як використання Instagram сприяє соціальному порівнянню та його подальшому впливу на психічне благополуччя серед студентів університетів [31].

Цікавим в контексті практичних аспектів створення та просування інстаграм-сторінки є дослідження К. Рахеб, яке заслуговує на окрему увагу. Проект представлений виключно через Instagram Stories. Цей проект охоплює такі принципи: художня практика як мінімальний жест повсякденного життя [32]. Окремі тези дослідниці в частині популяризації проекту в Instagram Stories використані нами в практичній частині дослідження.

Зокрема, просування продуктів через Instagram Stories є важливим практичним інструментом, який сприяє зростанню кількості переглядів та популярності розробленого нами медіа-продукту. Саме тому високу практичну цінність мають такі наукові дослідження, у яких проблематика інстаграм-сторінок досліджується не лише з теоретичного, але і з практичного погляду.

У дослідженнях М. Меррівоут, К. Хурелбека, Р. Боша, Е. Ван де Путта та Е Костера наголошено на тому, що хоча багато досліджень зосереджені на частоті або тривалості використання, мало що відомо про роль мотивації використання Instagram [29]. Зазначені результати підкреслюють важливість врахування мотиваційних факторів, а не лише часу чи частоти, для розуміння

складного взаємозв'язку між використанням Instagram та просуванням інстаграм-сторінок.

Зауважимо також на позиції Р. Рамадхана та А. Хардіана, що Instagram був платформою для соціальної взаємодії, зараз він використовується для різних інших цілей, включаючи просування та поширення інформації [33]. У даному дослідженні використано теорію нових медіа, яка підтримується концепцією Instagram. Instagram став основною платформою для публікації контенту з високою інтерактивністю, глобальним охопленням та легкою доступністю, тим самим збільшуючи залученість аудиторії. Відповідна інформація дуже корисна для створення взаємодії з аудиторією.

Науковці Ш. Закаре та П. Інголе зазначають, контент інфлюенсерів та ролики Instagram мають значний вплив на купівельну поведінку, тоді як знижки, справжні відгуки та професійні зображення суттєво впливають на ставлення споживачів. Після перегляду рекламних акцій в Instagram більшість респондентів купили продукти. Значна частина залученості перетворюється на фактичну купівельну поведінку [35]. Результати вказаного дослідження важливі в контексті загального розуміння ролі соціальних мереж у впливі на поведінку споживачів.

В рамках просування власної інстаграм-сторінки, таке розуміння ролі соціальних мереж у впливі на поведінку споживачів може сприяти розробці більш практично ефективного та продуктивного продукту, який можливо більш успішно просунути в мережі Instagram.

Оскільки інструменти онлайн-редагування стають більш доступними, практики самобрендингу часто пов'язані зі створенням контенту в Instagram. Підтримка сильної онлайн-присутності життєво важлива для впізнаваності бренду та довіри. Реклама у Instagram дозволяє компаніям краще взаємодіяти та мати ширший охоплення своєї аудиторії з різноманітними демографічними групами та сегментацією. Послідовна стратегія брендів, які постійно спілкуються зі своїми клієнтами через різні публікації та рекламу, підвищує довіру до бренду та його впізнаваність. Вкрай важливо розуміти тенденції, які

працюють у Instagram, та оцінювати поведінку споживачів у соціальних мережах. Instagram відомий більше як платформа для взаємодії з брендом, ніж як засіб підвищення обізнаності про бренд [34].

Узагальнюючи наукові підходи та дискусії щодо проблематики створення та просування інстаграм-сторінки, зауважимо на таких ключових теоретичних аспектах дослідженої проблематики:

1. Контент-стратегія – це першочерговий елемент створення інстаграм-сторінки, на основі якої реалізується увесь життєвий цикл проекту. При цьому стратегія має бути гнучкою, адаптивною, аби вчасно та влучно змінюватися відповідно до проміжних етапів розвитку інстаграм-сторінки;

2. Аналіз конкурентів, стейкхолдерів та визначення ключових цілей – при розробці інстаграм-сторінки важливо розуміти запити та очікування суспільства, правильно визначити власне місце на конкурентному ринку, а також поставити чіткі та досяжні цілі проекту;

3. Розробка продукту – власне процес створення та наповнення інстаграм-сторінки публікаціями в тематику проекту;

4. Визначення релевантних методів просування інстаграм-сторінки – на цьому етапі важливо врахувати актуальні тренди, за рахунок яких можна більш успішно промоціювати власний продукт;

5. Розкрутка сторінки – використання вище визначених методів задля більшої популярності та підвищення кількості переглядів та підписників інстаграм-сторінки;

6. Аналіз, тестування та оновлення контент-стратегії – важливий етап, на якому, за потреби, першочергова стратегія може бути видозмінена, або навіть і удосконалена.

Instagram не про випадковий успіх. Сьогодні він просуває не тих, у кого найгучніший giveaway, а тих, хто розуміє свою аудиторію, працює системно й вміє адаптуватись. Що справді працює [3]:

- Відмова від старих методів, таких як накрут, масфоловінг, гіві (за це взагалі можна зловити бан);
- Сильна основа, а саме чітка стратегія, оформлений акаунт, актуальний та цікавий контент для аудиторії;
- Поєднання безплатних і платних інструментів від вірального reels до точно налаштованого таргету.

Підсумовуючи усе вищезазначене, широке коло дослідників сучасної зарубіжної науки висвітлюють проблематику створення та просування інстаграм-сторінки, обрану нами для дослідження. Ми здійснили критичне осмислення наукових публікацій, які формують теоретичний фундамент нашого дослідження. Окремі дослідження мають певні обмеження або недостатньо поглиблено розкривають актуальні в контексті нашої теми питання, тоді як інші слушно та влучно визначають теоретичні засади дослідження проблематики створення та просування інстаграм-сторінки.

РОЗДІЛ II

СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ

2.1. Обґрунтування інформаційного проєкту

Нами розроблено інформаційний проєкт у форматі Instagram-сторінки, присвяченої адаптації українців у Польщі. Основною задачею сторінки є надання українцям чіткої, практично корисної та актуальної інформації, яка допоможе біженцям легше адаптуватися до життя в Польщі. На сторінці розміщено матеріали про побут, документи, навчання, роботу, пошук житла, мовну адаптацію, транспорт, медичні послуги та культурні особливості Польщі (додаток А).

Instagram-сторінка отримала назву «Твій компас в Польщі», що достатньо лаконічно та влучно відображає її призначення. Загальна чисельність розміщених нами в рамках реалізації проєкту постів становить 35 публікацій. Більш детально структуру та інші особливості розробленого та запровадженого нами проєкту наведені в наступних підрозділах дослідження.

2.2. Структура проєкту

Основною проєкту в формі Instagram-сторінки «Твій компас в Польщі» є інформаційні публікації загальною чисельністю 35 публікацій. Такий обсяг публікацій був обраний з метою досягнення оптимального балансу між інформаційним наповненням, але і щоб не перенавантажити читача інформацією. Загальна структура Instagram-сторінки узагальнена нами на рисунку 2.1.



Рис. 2.1 Структура Instagram-сторінки «Твій компас в Польщі»

Джерело: авторська розробка.

Отже, на рис. 2.1 ми представили структуру проекту в формі Instagram-сторінки «Твій компас в Польщі», наповненою 35 публікаціями, присвяченими вище вказаним темам. Дана структура стала основою для практичної реалізації проекту.

2.3. Жанрова палітра

Instagram-сторінки «Твій компас в Польщі» оформлена в мінімалістичному стилі. Основними кольорами нами було обрано білий, чорний і зелений. Кожний обраний колір був обумовлений певними особливостями щодо створення та просування публікацій в Instagram.

Зокрема, білий колір створює відчуття чистоти, простору та легкості для сприйняття інформації. Чорний використовується для тексту та акцентів, оскільки він робить матеріали чіткими й зрозумілими. Зелений колір обрано

як основний акцентний колір, адже він асоціюється з довірою, спокоєм, безпекою та гармонією. Таке поєднання кольорів допомагає зробити сторінку сучасною, стриманою та зручною для читання.

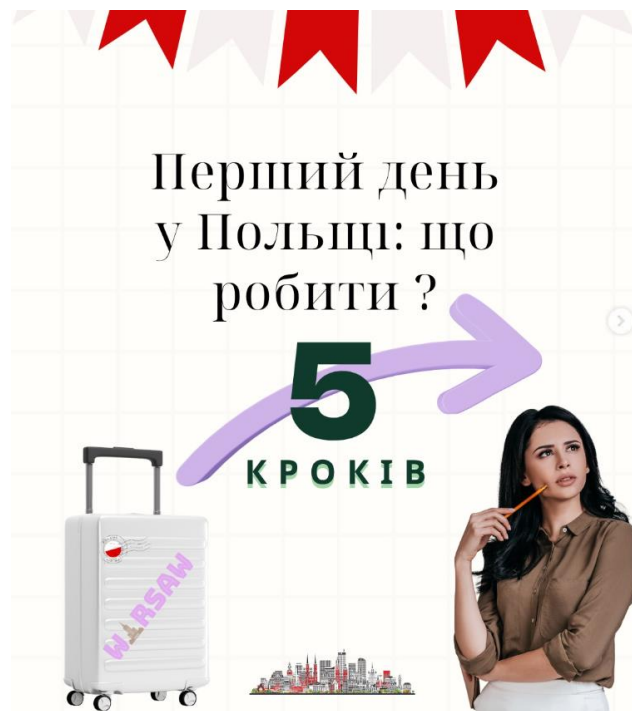
Таким чином, для реалізації авторської ідеї було обрано характерний для тематики проекту стиль та кольори, що сприяло підвищенню сприйняття Instagram-сторінки «Твій компас в Польщі» аудиторією.

2.4. Зображальний матеріал та особливості оформлення

Для створення візуального контенту використовувався додаток Canva. За його допомогою були створені шаблони дописів, підібрані кольори, шрифти, композиція та загальний стиль публікацій. Фотографії та візуальні матеріали використовувалися для того, щоб зробити сторінку більш живою, зрозумілою та привабливою для аудиторії. Охарактеризуємо більш детально окремі публікації Instagram-сторінки «Твій компас в Польщі» [1-2; 4-22].

Перша публікація під назвою «Перший день у Польщі: що робити?» присвячена питанню ключових аспектів першого дня життя в новій країні та коротких чек-листів із порадами щодо таких питань. В публікації текст має інформативний характер, проте він не перенавантажує сторінку. Кольорова гама посту відповідає загальній жанровій палітрі проекту (рис. 2.1).

Наступна публікація розкриває проблематику оформлення польського номеру та отримання сім-картки. Даний пост вже накопичує більше інформації, оскільки окрім картинки також містить описову частину. Для просування публікації використано також хеш-теги загальною чисельністю 6 одиниць, аби не перенавантажити публікацію щодо таргетингу. Зображальний матеріал супроводжують 4 фото із узагальненням ключових позицій в формі чек-листа. Кольорова гама також відповідає загальній кольоровій палітрі проекту (рис. 2.2).



**Рис. 2.1 Публікація «Перший день у Польщі: що робити?»
Instagram-сторінки «Твій компас в Польщі»**

Джерело: авторська розробка.



**Рис. 2.2 Публікація «Перший день у Польщі: що робити?»
Instagram-сторінки «Твій компас в Польщі»**

Джерело: авторська розробка.

Наступні публікації (рис. 2.3-2.7) присвячені різноманітним організаційним аспектам проживання в Польщі – оформлення документів, відкриття рахунків в банку тощо. Інформацію в публікаціях подано графічно на рисунках, а для просування використано тематичні хештеги. Кольорова гама постів відповідає загальній жанровій палітрі нашого проекту.

Далі контент-план нашого проекту передбачав комбінацію та чергування різноманітних постів на такі тематики:

- Пов'язані з емоціями та почуттями аудиторії, оскільки життя в новій країні може викликати почуття гніву, провини, інші негативні емоції, які важливо екологічно пережити і розділити з іншими навіть в коментарях до посту в інстаграм. (рис. 2.8, 2.11, 2.12, 2.15, 2.17);
- Пов'язані з соціально-культурними та іншими особливостями переїзду в Польщу, такими як складність інтегруватися в нову спільноту, заведення друзів та підтримка зв'язків з тими, хто лишився в Україні, адаптація до життя за кордоном різних членів сім'ї тощо (рис. 2.9, 2.13, 2.14, 2.16, 2.18, 2.19, 2.21);
- Пов'язані з соціально-економічними питаннями життя в новій країні, наприклад, пошук роботи в Польщі (рис. 2.20).

За змістом публікації мають інформативний характер, проте не перенавантажують сторінку. Текст є достатньо читабельним, по суті розкриває підняті проблемні питання, написаний в публіцистичному стилі. До постів підібрано тематичні хештеги, що є важливим елементом просування публікацій в Інстаграм.

Кольорова гама публікацій відповідає загальній жанровій палітрі нашого проекту. Графічно публікації також взаємодоповнюють одна одну, створюючи візуально привабливу та естетичну картинку загального сприйняття інстаграм-сторінки.



Рис. 2.3 Публікація «Що таке PESEL?» Instagram-сторінки «Твій компас в Польщі»

Джерело: авторська розробка.



Рис. 2.4 Публікація «Банк у Польщі: як відкрити рахунок?» Instagram-сторінки «Твій компас в Польщі»

Джерело: авторська розробка.



Рис. 2.5 Публікація «Де шукати роботу?» Instagram-сторінки «Твій компас в Польщі»

Джерело: авторська розробка.

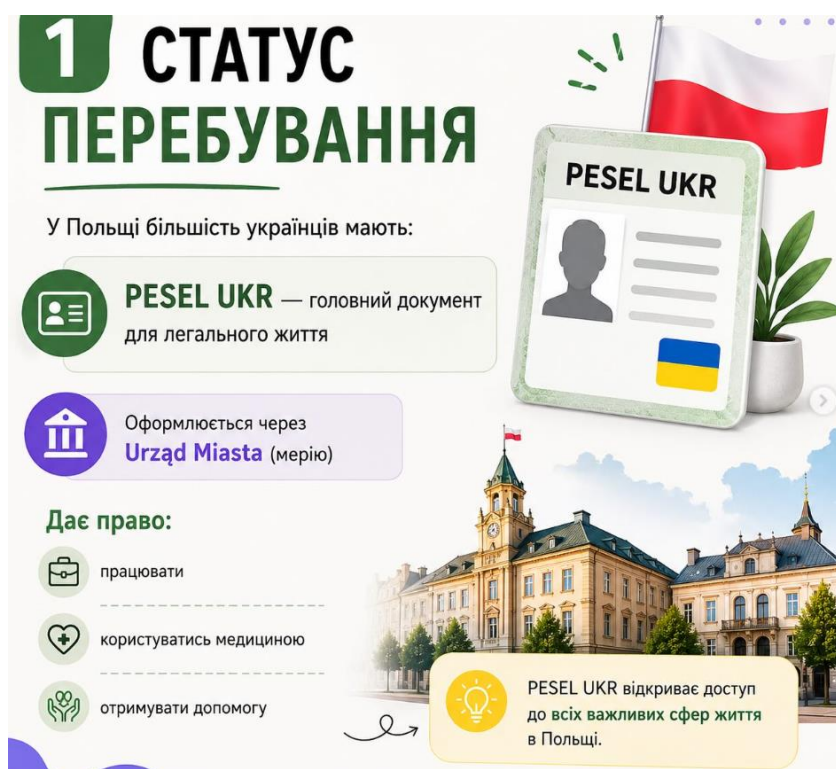


Рис. 2.6 Публікація «Статус перебування» Instagram-сторінки «Твій компас в Польщі»

Джерело: авторська розробка.



Рис. 2.7 Публікація «Карта побиту» Instagram-сторінки «Твій компас в Польщі»

Джерело: авторська розробка.

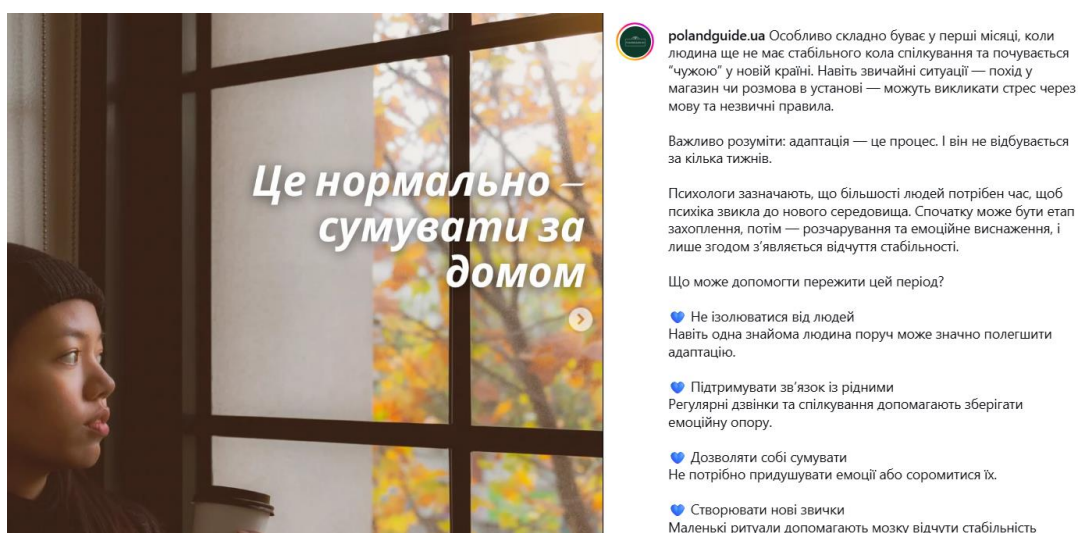


Рис. 2.8 Публікація «Це нормально – сумувати за домом» Instagram-сторінки «Твій компас в Польщі»

Джерело: авторська розробка.



polandguide.ua Адаптація — це не лише документи й робота. Це ще й емоційне звикання до нового життя. Допомагають маленькі, але важливі речі: люди поруч, щоденні звички, вивчення мови, підтримка та час. Саме вони поступово повертають відчуття безпеки й контролю.

1 нед. Показати переклад

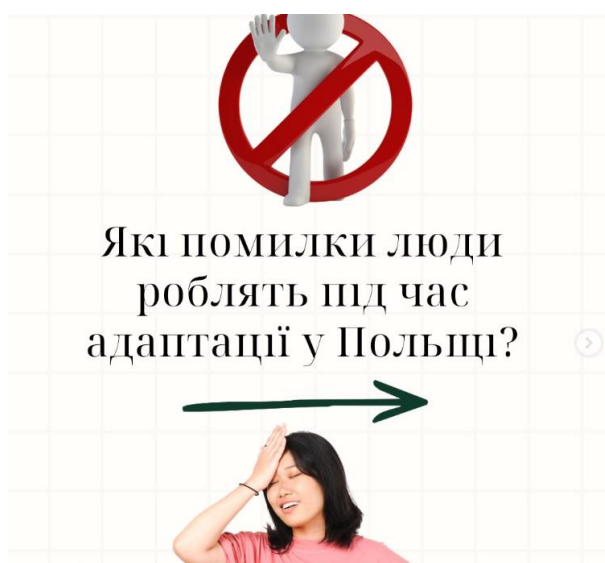
polandguide.ua #українцівпольщі #польщаукраїна #адаптаціявпольщі #допомога #україна #poland #ukraine

1 нед. Ответить Показати переклад

Рис. 2.9 Публікація «Що допомагає адаптуватись у Польщі?»

Instagram-сторінки «Твій компас в Польщі»

Джерело: авторська розробка.



polandguide.ua Переїзд до іншої країни — це не лише нові можливості, а й серйозне психологічне навантаження. Багато українців у Польщі стикаються зі стресом, самотністю, мовним бар'єром та внутрішнім виснаженням. У такі моменти люди часто намагаються «вжити» емоційно й неусвідомо роблять помилки, які лише ускладнюють процес адаптації.

Однією з найпоширеніших помилок є ізоляція від суспільства. Після переїзду людина може замикатися в собі, уникати нових знайомств і проводити більшість часу наодинці. Через це посилюється відчуття самотності та тривожності. Насправді підтримка й звичайне спілкування дуже допомагають психіці швидше звикнути до нового середовища.

Ще одна проблема — постійний тиск на себе. Багато людей думають, що повинні адаптуватися швидко: одразу вивчити мову, знайти хорошу роботу, звикнути до нового життя та "не сумувати". Але адаптація не має чітких термінів. Для психіки нормально переживати страх, втому, розгубленість чи тугу за домом навіть через кілька місяців після переїзду.

Також українці часто бояться говорити польською через страх помилок або осуду. Через це люди уникають практики, а мовний бар'єр стає ще сильнішим. Насправді більшість поляків нормально ставляться до помилок і позитивно реагують на спроби говорити їхньою мовою.

Ще одна помилка — порівнювати себе з іншими. У соцмережах може здаватися, що всі навколо вже "успішно адаптувалися", мають друзів, стабільне життя та не відчувають труднощів. Але

Рис. 2.10 Публікація «Які помилки роблять люди під час адаптації в Польщі?» Instagram-сторінки «Твій компас в Польщі»

Джерело: авторська розробка.

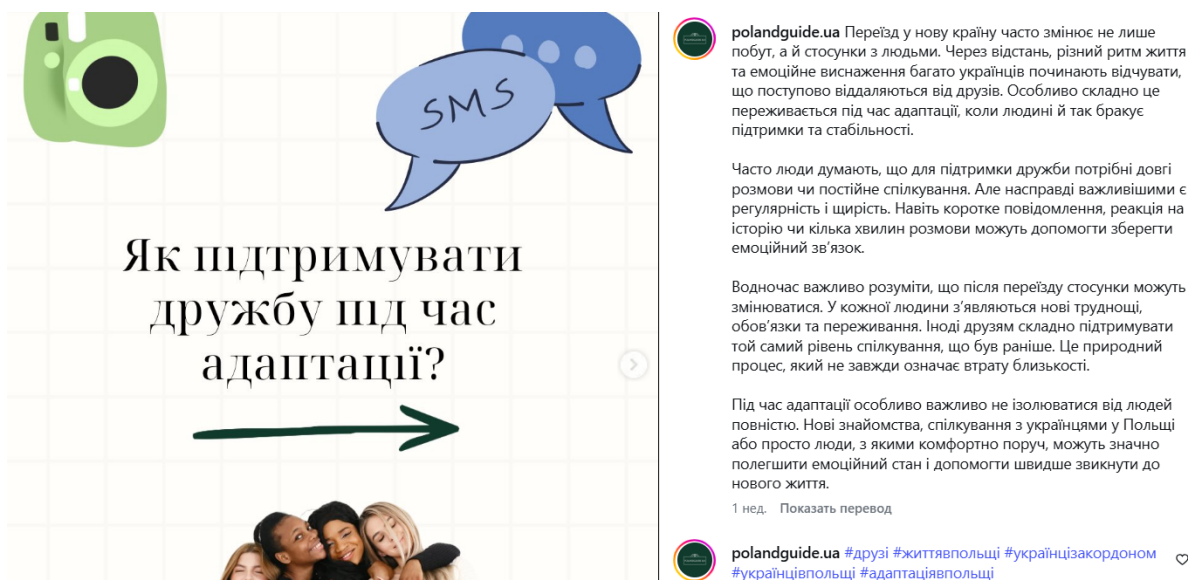


Рис. 2.11 Публікація «Як підтримувати дружбу під час адаптації?» Instagram-сторінки «Твій компас в Польщі»

Джерело: авторська розробка.

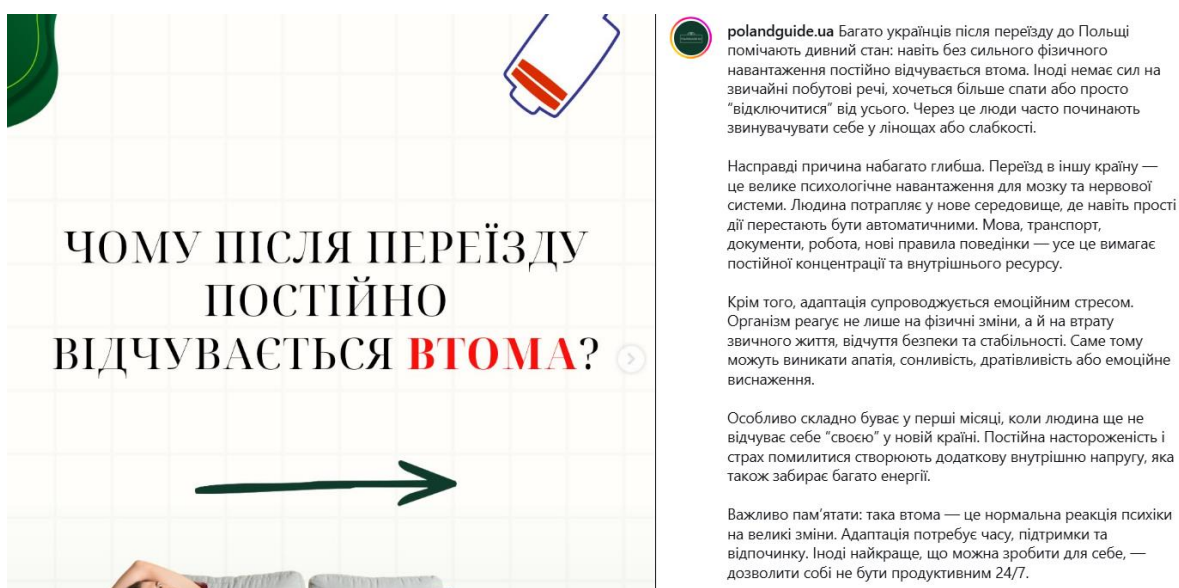


Рис. 2.12 Публікація «Чому після переїзду постійно відчувається втома?» Instagram-сторінки «Твій компас в Польщі»

Джерело: авторська розробка.

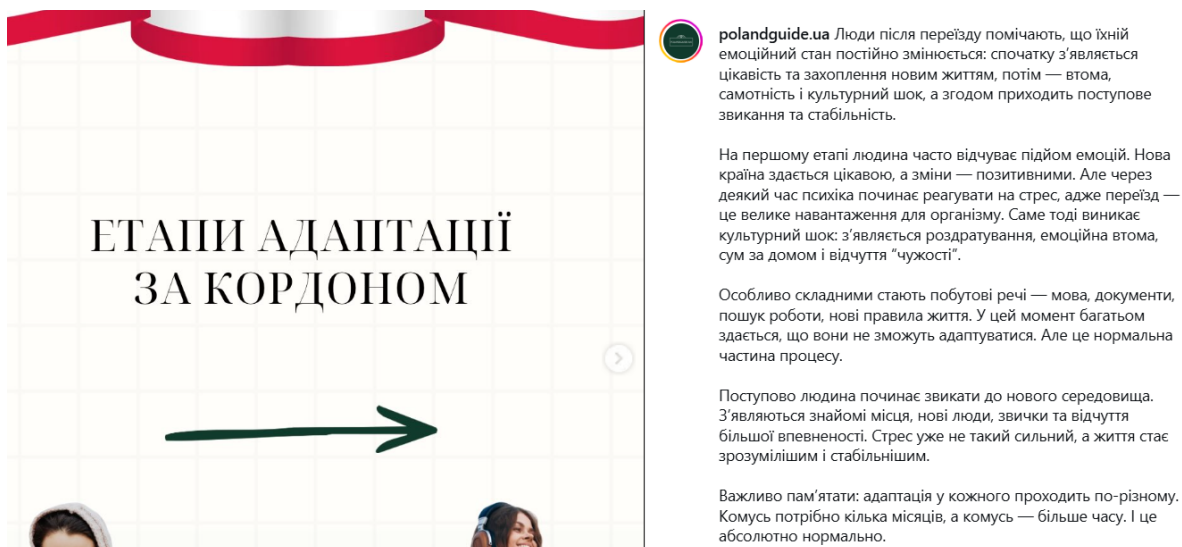


Рис. 2.13 Публікація «Етапи адаптації за кордоном» Instagram-сторінки «Твій компас в Польщі»

Джерело: авторська розробка.

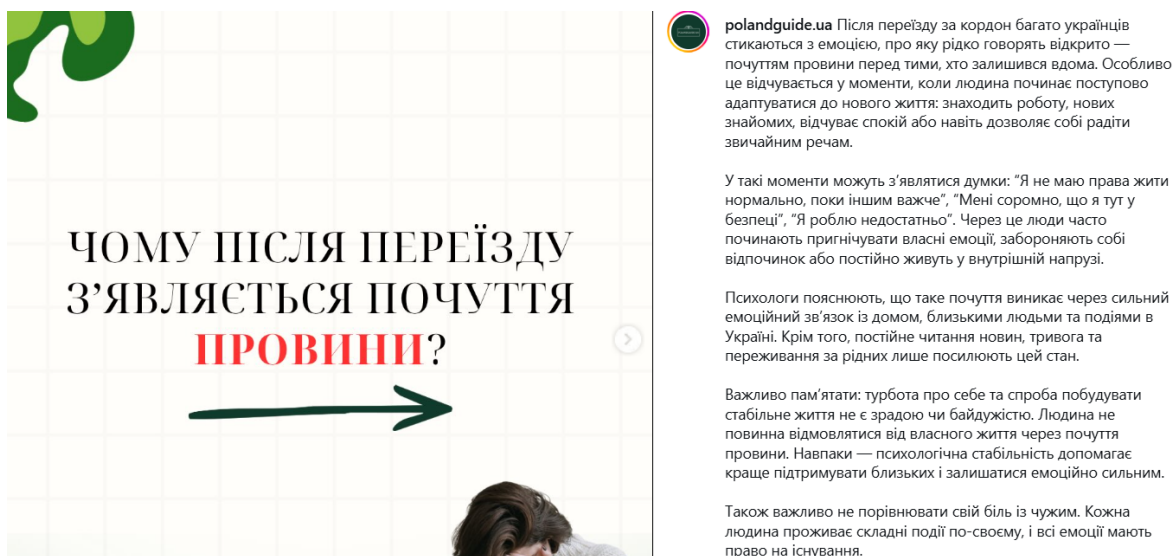


Рис. 2.14 Публікація «Чому після переїзду з'являється почуття провини?» Instagram-сторінки «Твій компас в Польщі»

Джерело: авторська розробка.

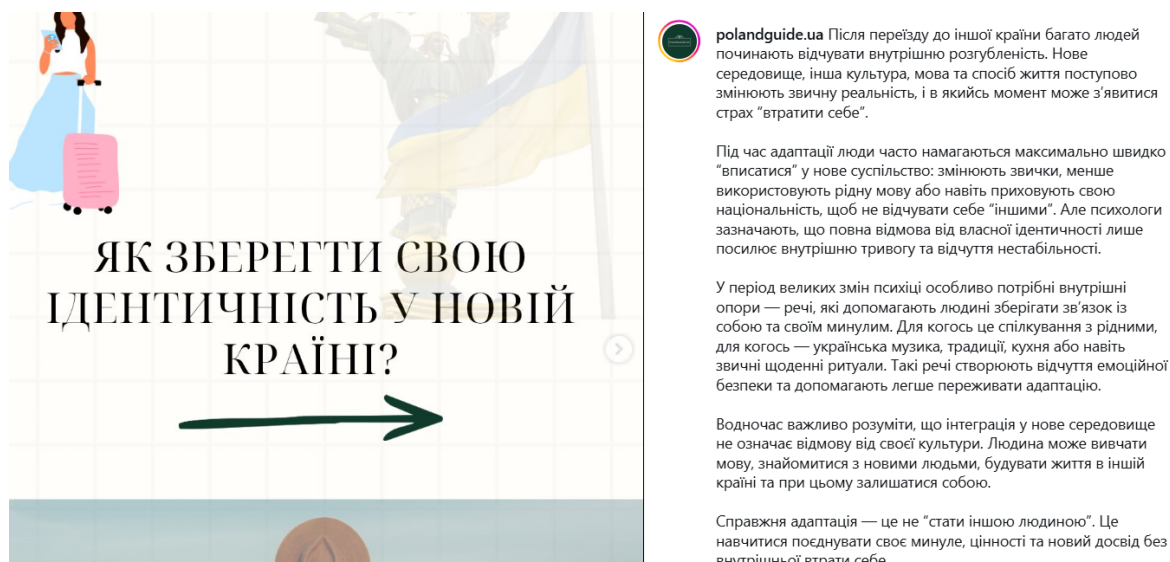


Рис. 2.15 Публікація «Як зберегти свою ідентичність у чужій країні?» Instagram-сторінки «Твій компас в Польщі»

Джерело: авторська розробка.

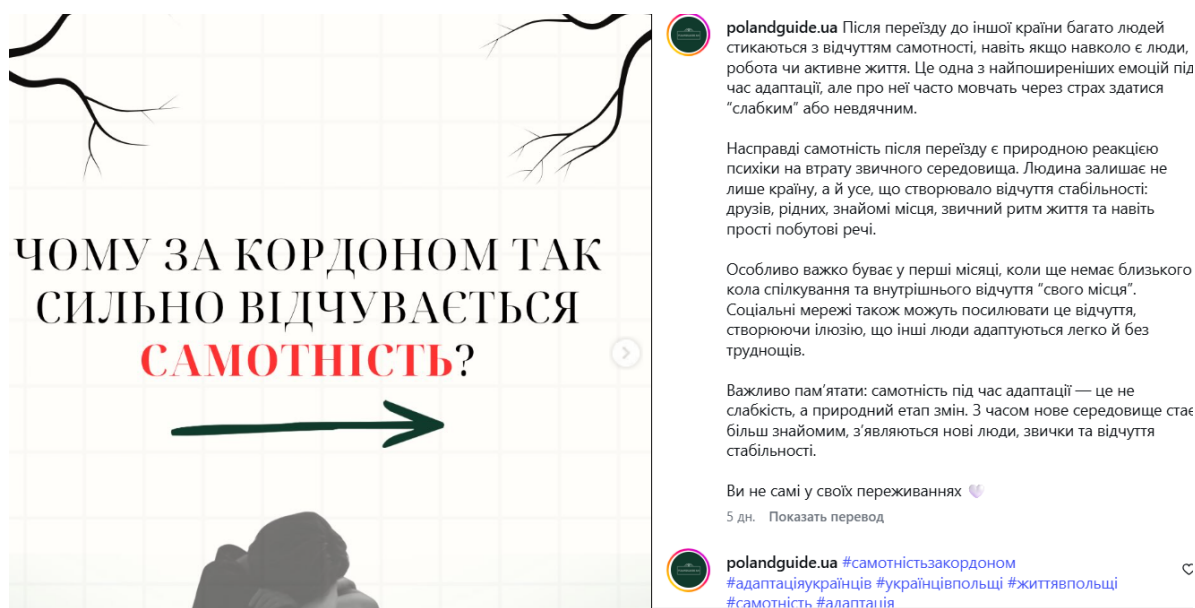
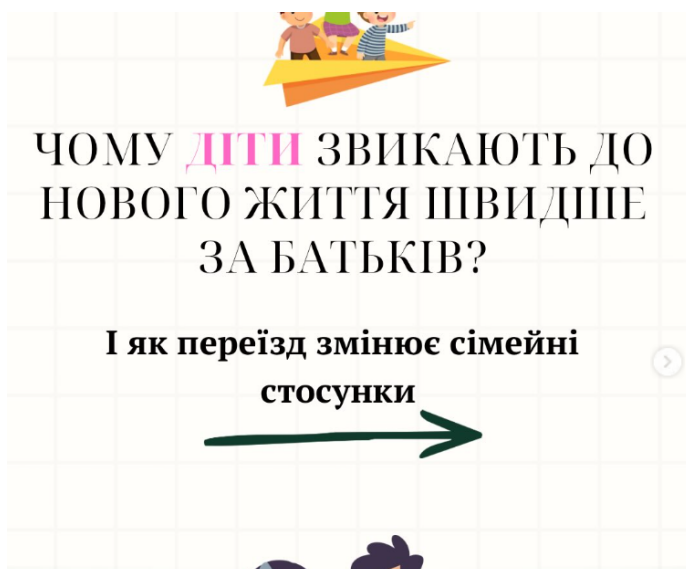


Рис. 2.16 Публікація «Чому за кордоном так сильно відчувається самотність?» Instagram-сторінки «Твій компас в Польщі»

Джерело: авторська розробка.



polandguide.ua Після переїзду до іншої країни багато сімей помічають, що діти часто адаптуються значно швидше за дорослих. Вони швидше вивчають мову, легше знайомляться з новими людьми та поступово починають почуватися "своїми" у новому середовищі. Для дитини зміни можуть сприйматися як новий досвід або навіть пригода.

Для батьків цей процес зазвичай набагато складніший. Дорослі одночасно переживають стрес через фінансову нестабільність, пошук роботи, оформлення документів, відповідальність за дітей та страх перед майбутнім. Крім того, дорослій людині психологічно важче залишити звичне життя та знову будувати систему стабільності.

Через різний темп адаптації у сім'ях може виникати напруга. Іноді діти починають краще орієнтуватися у новій країні, швидше говорити мовою або навіть допомагати батькам у побутових питаннях. Для дорослих це може бути емоційно складно, адже з'являється відчуття втрати контролю чи внутрішньої невпевненості.

Саме тому під час адаптації дуже важливо говорити про емоції та підтримувати одне одного. Переїзд — це спільний виклик для всієї сім'ї, і кожен переживає його по-своєму.

♥ Адаптація проходить легше, коли сім'я не конкурує у "силі", а проживає зміни разом.

Рис. 2.17 Публікація «Чому діти звикають до нового життя швидше за батьків?» Instagram-сторінки «Твій компас в Польщі»

Джерело: авторська розробка.



polandguide.ua Після переїзду нова країна рідко одразу відчувається "своєю". Може бути робота, квартира, знайомий маршрут — але всередині все одно лишається відчуття, ніби ти тимчасово "в гостях".

Це не означає, що ви погано адаптуєтесь. Просто дім — це не лише адреса. Це відчуття безпеки, спокою, знайомих деталей і людей, поруч із якими можна бути собою.

Поступово це відчуття можна створити знову: через улюблену кав'ярню, звичну дорогу, домашню їжу, маленькі ритуали, нові знайомства й місця, де стає трохи легше дихати.

Нове місце не має замінити старий дім. Але з часом воно може стати ще одним простором, де ви відчуваєте стабільність, тепло й опору.

♥ Дайте собі час. Відчуття дому не з'являється одразу — воно народжується з маленьких повторюваних моментів.

5 дн. Показати переклад

polandguide.ua #дім #українцівпольщі #адаптаціявпольщі #життявпольщі #новийдім

Рис. 2.18 Публікація «Як поступово відчутти дім в іншій країні?» Instagram-сторінки «Твій компас в Польщі»

Джерело: авторська розробка.

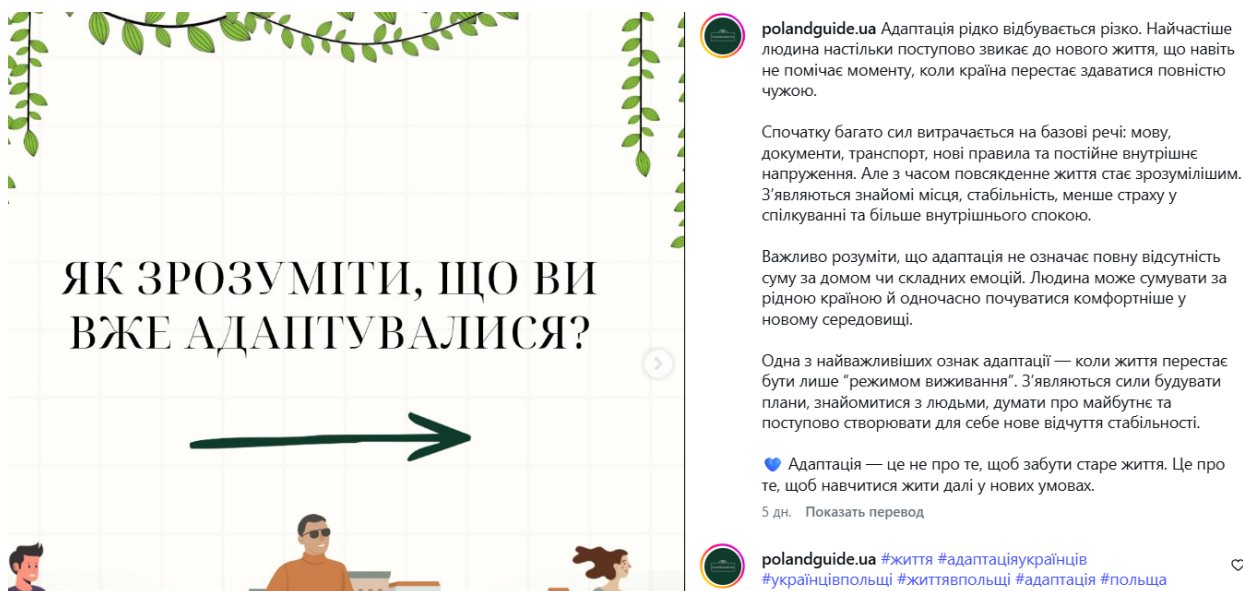


Рис. 2.19 Публікація «Як зрозуміти, що ви вже адаптувались?»

Instagram-сторінки «Твій компас в Польщі»

Джерело: авторська розробка.

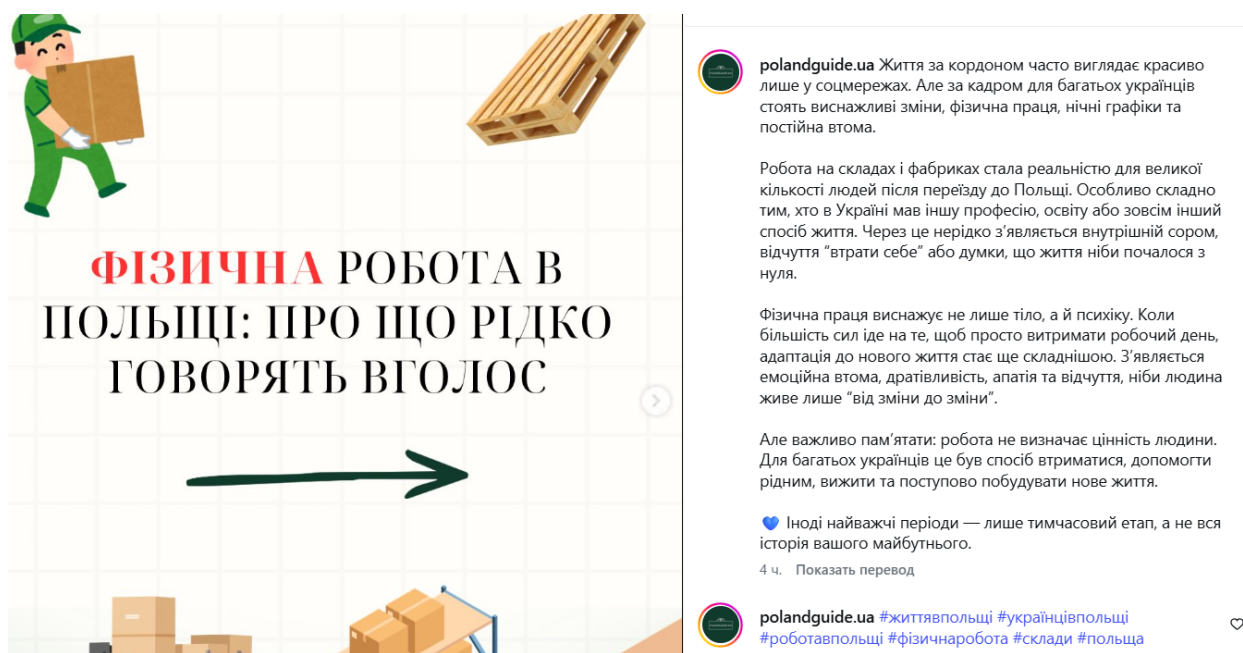


Рис. 2.20 Публікація «Фізична робота в Польщі: про що рідко говорять вголос?» Instagram-сторінки «Твій компас в Польщі»

Джерело: авторська розробка.

2.5. Авторська ідея

Авторська ідея проєкту полягає в тому, щоб створити не просто Instagram-сторінку, а зручний інформаційний простір для українців, які перебувають у Польщі або планують переїзд. Проєкт має допомогти людям швидше знайти потрібну інформацію, поставити запитання, отримати підтримку та краще зрозуміти особливості життя в Польщі.

Задля реалізації авторської ідеї було розроблено контент-стратегію сторінки, якою передбачено публікування матеріалів на різні тематики. Загальний обсяг публікацій на інстаграм-сторінці становив 35 публікацій. Вказані публікації були систематизовані відповідно до категорій: інформаційно-довідковий блок, матеріали про адаптацію та інтеграцію в польське суспільство, соціально-психологічний контент, практичні рекомендації щодо побуту та працевлаштування тощо.

Зокрема, у інформаційно-довідковому блоці розкрито питання, пов'язані з оформленням польських документів, отримання польського номера телефону, відкриття рахунків в банках Польщі, оформлення карти побиту та отримання інших адміністративних послуг. Розроблені публікації мають високу практичну цінність для українців, які тільки приїхали до Польщі, яким ще важко розібратися в нових правилах та умовах.

Соціально-психологічний блок пов'язаний із підтримкою користувачів у ході адаптації до життя в Польщі. У публікаціях висвітлено проблеми ностальгії за Україною, почуттями самотності або провини, бар'єри в комунікаціях, адаптація дітей до нового оточення. Зазначений блок також сприяє формуванню довіри аудиторії до сторінки та публікацій, а також загалом до аудиторії проєкту.

Задля популяризації публікацій ми використали хештеги, пов'язані із тематикою публікацій, українською та польською мовами відповідно. Використання хештегів дозволило підвищити кількість переглядів та

розширити аудиторію проекту, а також збільшити охоплення інстаграм-сторінки. У кожній публікації також використано елементи заклику до взаємодії, що мотивує користувачів ставити лайки, залишати коментарі, а також поширювати публікації серед знайомих.

У ході розробки контенту враховано алгоритми інстаграм, які віддають перевагу регулярності публікацій та активності у взаємодії з аудиторією. Відповідно, публікації оприлюднювалися послідовно, згідно з попередньо розробленим контент-планом.

Підсумовуючи усе вищезазначене, авторська ідея дозволила створити інформаційний проект «Твій компас в Польщі», який є практично корисним, соціально значущим, сучасним з точки зору використання цифрових інструментів та рішень в розробці контенту. Комплексний підхід дозволив сформувати зміст інстаграм-сторінки таким чином, що вона є інформаційно насиченим, візуально привабливим, зручним з точки зору навігації джерелом інформації для українців, які потребують допомоги в адаптації до життя в Польщі.

Під час створення контенту враховувалися алгоритми Instagram, які надають перевагу регулярним публікаціям та активній взаємодії з аудиторією. Саме тому матеріали публікувалися послідовно та відповідно до заздалегідь сформованого контент-плану.

2.6. Особливості аудиторії

Цільовою аудиторією нашого проекту є українці, які переїхали до Польщі через війну, навчання, роботу або інші життєві обставини. Також сторінка може бути корисною для тих, хто лише планує переїзд і хоче заздалегідь дізнатися про документи, побут, працевлаштування, навчання та культурну адаптацію.

Для успішного виконання інформаційного проєкту важливим кроком стало визначення та аналіз цільової аудиторії. Основна аудиторія Instagram-сторінки «Твій компас в Польщі» – це українці віком від 18 до 55 років, які переїхали до Польщі після початку війни або планують зробити це найближчим часом. Значну частину цієї аудиторії становлять жінки з дітьми, студенти, молоді спеціалісти, а також люди, які шукають роботу або вже працюють у Польщі.

Обрана аудиторія має особливу потребу в швидкому отриманні надійної інформації про різні аспекти життя за кордоном. У перші місяці перебування в іншій країні українці стикаються з багатьма проблемами, пов'язаними з оформленням документів, пошуком житла, працевлаштуванням, вивченням мови та адаптацією до нового соціального середовища. Тому контент на сторінці створений так, щоб відповідати актуальним потребам користувачів та надавати практичні поради для вирішення щоденних питань.

Особливу увагу при створенні контенту приділили психологічним аспектам адаптації. Досвід вимушеного переїзду часто супроводжується емоційним напруженням, відчуттям самотності, невизначеністю та тривогою. Тому частина публікацій зосереджена на емоційному благополуччі українців у Польщі, подоланні культурного шоку та підтримці зв'язків із Україною.

Враховуючи вік людей, які користуються платформою, та популярність соціальних мереж серед українців, Instagram був вибраний як один з найефективніших способів спілкування. Користувачі цієї соціальної мережі звикли отримувати інформацію в привабливому та короткому форматі. Тому всі публікації містять короткі тексти, інфографіку та структуровані поради, що робить сприйняття інформації набагато легшим.

РОЗДІЛ ІІІ

ТЕХНІЧНІ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ

Instagram був обраний як основна платформа для реалізації проєкту, оскільки він є зручним для поширення текстового та візуального контенту. За допомогою дописів, сторіс та актуальних збережених сторіс можна швидко донести важливу інформацію до аудиторії та забезпечити з нею комунікацію через коментарі або Direct.

Нами використано безкоштовні можливості Instagram, тоді як платними інструментами в ході розробки та реалізації проєкту не використовувалися. Окрім Instagram, було також використано додаткові сервіси (рис. 3.1).

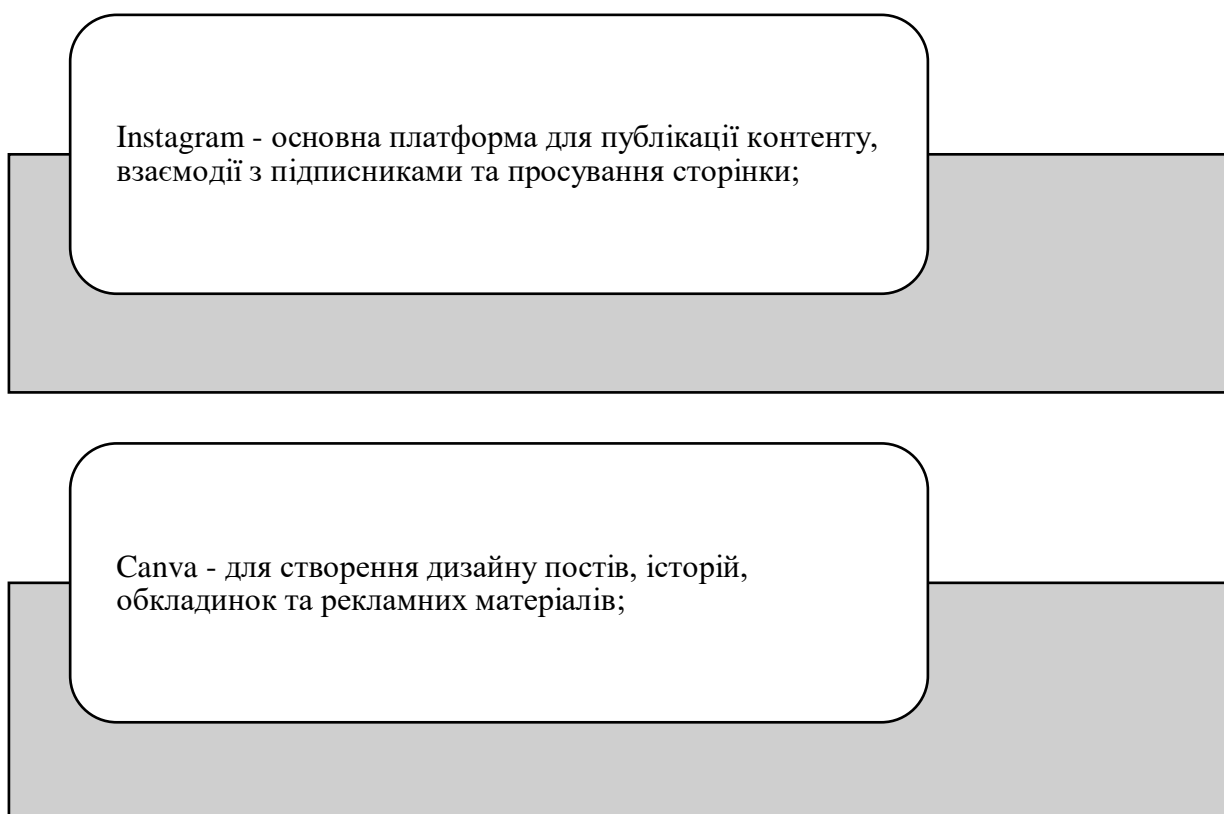


Рис. 3.1 Технічні та програмні засоби реалізації проєкту Instagram-сторінка «Твій компас в Польщі»

Джерело: авторська розробка.

Отже, на рисунку 3.1 узагальнено основні програмні засоби, використані з метою технічної реалізації проекту Instagram-сторінка «Твій компас в Польщі». Вказані засоби були обрані нами за критеріями популярності, сучасності, зручності використання, наявності чисельних безкоштовних можливостей. Вказані ресурси дозволили досягти мети проекту та успішно створити та просувати розроблену в рамках реалізації проекту Instagram-сторінку «Твій компас в Польщі».

Основним інструментом для створення візуального контенту в рамках проекту став сервіс Canva. Ця платформа дозволяє створювати сучасний графічний дизайн без потреби у професійних навичках роботи зі складними графічними редакторами. За допомогою Canva були розроблені шаблони публікацій, обрана кольорова палітра, шрифти та елементи оформлення, які забезпечили єдиний стиль для всієї Instagram-сторінки.

Під час створення постів використовувалися готові інструменти для редагування зображень, додавання графічних елементів, текстових блоків і іконок. Це допомогло зробити матеріали більш структурованими і зрозумілими для аудиторії. Крім того, Canva дозволяє експортувати готові макети в форматах, які оптимізовані для публікації в Instagram.

Для створення текстового контенту використовували звичайні текстові редактори, які робили роботу над матеріалами зручною та полегшували їх редагування. Підготовка текстів включала пошук актуальної інформації, її аналіз, систематизацію та адаптацію до формату соціальних мереж.

Після того як були створені графічні та текстові матеріали, їх розмістили на платформі Instagram. Ця соціальна мережа має особливість, яка дозволяє поєднувати візуальний та текстовий контент, що допомагає найкраще передавати інформацію користувачам.

Для того щоб залучити більше людей, використовували різноманітні методи реклами. Зокрема, до кожної публікації додавали тематичні хештеги, що стосуються адаптації українців за кордоном, життя в Польщі, пошуку

роботи та підтримки біженців. Хештеги допомагають публікаціям з'являтися в результатах пошуку і рекомендаціях для користувачів.

Важливим елементом просування стало також регулярне публікування. Постійне викладення контенту позитивно впливає на роботу алгоритмів Instagram і допомагає підтримувати інтерес аудиторії до сторінки. Крім того, використовувалися можливості взаємодії через коментарі, лайки і особисті повідомлення, що сприяє створенню спільноти навколо проєкту.

Слід зазначити, що для реалізації цього проєкту не знадобилося спеціалізоване дороге обладнання чи платне програмне забезпечення. Для роботи використовувалися звичайний комп'ютер та смартфон з доступом до Інтернету, що показує, що створювати такі інформаційні проєкти стало доступніше в сучасних умовах.

Отже, використання сучасних цифрових платформ та безкоштовних онлайн-сервісів допомогло повноцінно реалізувати інформаційний проєкт «Твій компас в Польщі». Застосовані технічні та програмні засоби забезпечили якісне створення, оформлення та поширення контенту серед цільової аудиторії, а також допомогли досягти мети проєкту.

ВИСНОВКИ

Широке коло дослідників сучасної зарубіжної науки висвітлюють проблематику створення та просування інстаграм-сторінки, обрану нами для дослідження. Ми здійснили критичне осмислення наукових публікацій, які формують теоретичний фундамент нашого дослідження. Окремі дослідження мають певні обмеження або недостатньо поглиблено розкривають актуальні в контексті нашої теми питання, тоді як інші слушно та влучно визначають теоретичні засади дослідження проблематики створення та просування інстаграм-сторінки.

Створений інформаційний проєкт має практичне значення, оскільки допомагає українцям у Польщі швидше орієнтуватися в новому середовищі. Завдяки мінімалістичному оформленню, зрозумілій структурі, поєднанню білого, чорного й зеленого кольорів, а також використанню Canva та Instagram сторінка може стати корисним і доступним джерелом інформації для цільової аудиторії.

За результатами дослідження було систематизовано та узагальнено основні програми, які використовувалися для технічної реалізації проєкту Instagram-сторінки «Твій компас в Польщі». Обрані ресурси допомогли успішно створити та просувати Instagram-сторінку «Твій компас в Польщі», яка була розроблена в рамках проєкту. Поєднання сучасних програм та технічних можливостей сприяло реалізації нашого проєкту.

Instagram-сторінка оформлена в простому стилі. Ми вибрали основні кольори: білий, чорний і зелений. Кожен колір був обраний через його роль у створенні та просуванні публікацій в Instagram. Для втілення авторської ідеї ми підбрали стиль і кольори, що підходять до теми проєкту, що допомогло покращити сприйняття Instagram-сторінки «Твій компас в Польщі» серед аудиторії.

Авторська ідея проєкту полягає в тому, щоб створити не просто Instagram-сторінку, а зручний інформаційний простір для українців, які живуть у Польщі або збираються переїхати. Проєкт має на меті допомогти людям швидше знаходити потрібну інформацію, ставити запитання, отримувати підтримку та краще розуміти особливості життя в Польщі.

Задля реалізації авторської ідеї було розроблено контент-стратегію сторінки, якою передбачено публікування матеріалів на різні тематики. Загальний обсяг публікацій на інстаграм-сторінці становив 35 публікацій. Вказані публікації були систематизовані відповідно до категорій: інформаційно-довідковий блок, матеріали про адаптацію та інтеграцію в польське суспільство, соціально-психологічний контент, практичні рекомендації щодо побуту та працевлаштування тощо.

Зокрема, у інформаційно-довідковому блоці розкрито питання, пов'язані з оформленням польських документів, отримання польського номера телефону, відкриття рахунків в банках Польщі, оформлення карти побиту та отримання інших адміністративних послуг. Розроблені публікації мають високу практичну цінність для українців, які тільки приїхали до Польщі, яким ще важко розібратися в нових правилах та умовах.

Соціально-психологічний блок пов'язаний із підтримкою користувачів у ході адаптації до життя в Польщі. У публікаціях висвітлено проблеми ностальгії за Україною, почуттями самотності або провини, бар'єри в комунікаціях, адаптація дітей до нового оточення. Зазначений блок також сприяє формуванню довіри аудиторії до сторінки та публікацій, а також загалом до аудиторії проєкту.

Задля популяризації публікацій ми використали хештеги, пов'язані із тематикою публікацій, українською та польською мовами відповідно. Використання хештегів дозволило підвищити кількість переглядів та розширити аудиторію проєкту, а також збільшити охоплення інстаграм-сторінки. У кожній публікації також використано елементи заклику до

взаємодії, що мотивує користувачів ставити лайки, залишати коментарі, а також поширювати публікації серед знайомих.

У ході розробки контенту враховано алгоритми інстаграм, які віддають перевагу регулярності публікацій та активності у взаємодії з аудиторією. Відповідно, публікації оприлюднювалися послідовно, згідно з попередньо розробленим контент-планом.

Основним інструментом для створення візуального контенту в проєкті був обраний сервіс Canva. Обрана платформа дозволяє робити сучасний графічний дизайн без потреби в професійних навичках роботи з складними графічними редакторами. За допомогою Canva були розроблені шаблони публікацій, обрана кольорова палітра, шрифти та елементи оформлення, що забезпечили єдиний стиль для всієї Instagram-сторінки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Sim-картка в Польщі: з чого почати? Instagram. 2026. URL: <https://www.instagram.com/p/DX7H6XtDeia/?igsh=MWQydmVycjZjMG4zZQ=>.
2. Банк у Польщі: як відкрити рахунок? Instagram. 2026. URL: <https://www.instagram.com/p/DX9s5lADXW5/?igsh=a253ZHVxZ296bjV2>.
3. Дахновська А. Як розкрутити інстаграм: ефективні методи просування у 2026. Kukurudza. 2024. URL: <https://kukurudza.com/blog/metody-prosuvannya-v-instagram-2024/>.
4. Де шукати житло? Instagram. 2026. URL: <https://www.instagram.com/p/DYAZKbdjbMw/?igsh=MWM3ZDN3dXd3NmFmeA==>.
5. Етапи адаптації в Польщі. Instagram. 2026. URL: https://www.instagram.com/p/DYM_n-zDTuH/?igsh=d3l2YWo0aDNsZ2Rz.
6. Карта побиту. Instagram. 2026. URL: https://www.instagram.com/p/DYCoa_XDeGK/?igsh=MWxjZzlmbHl0eWlleg==.
7. Перший день у Польщі: що робити? Instagram. 2026. URL: <https://www.instagram.com/p/DX2IEysjco6/?igsh=MTI2MjR0aTEzNWRwNQ==>.
8. Початок адаптації. Instagram. 2026. URL: <https://www.instagram.com/p/DXuga-CDW50/?igsh=enVpbmYzNGlvYnFr>
9. Статус перебування. Instagram. 2026. URL: <https://www.instagram.com/p/DYAh09хDT64/?igsh=djZkcjcxN2Zibmdk>.
10. Твій компас у Польщі. Instagram. 2026. URL: <https://www.instagram.com/polandguide.ua?igsh=MmI2c2E3ZDRneWs4>.
11. Це нормально сумувати за домом. Instagram. 2026. URL: <https://www.instagram.com/p/DYII8XUjS1t/?igsh=MW13cjB5ZXM3dWtkNg==>.
12. Чому діти звикають до нового життя швидше за батьків? Instagram. 2026. URL:

<https://www.instagram.com/p/DYQb5obCDYm/?igsh=MWNhcng4eGo4bWdmOQ==>.

13. Чому за кордоном так сильно відчувається самотність? Instagram. 2026. URL: <https://www.instagram.com/p/DYQY-oxCGnZ/?igsh=cW9zbGc4dmdseDY=>.

14. Чому після переїдання постійно відчувається втома? Instagram. 2026. URL: <https://www.instagram.com/p/DYM4SbKjQ8n/?igsh=MWhveTNtNzJpeGtqYw==>.

15. Чому після переїзду з'являється відчуття провини? Instagram. 2026. URL: <https://www.instagram.com/p/DYNEZq3jckX/?igsh=ZTgzZHppdnVna2Vv>.

16. Що допомагає адаптуватися в Польщі? Instagram. 2026. URL: https://www.instagram.com/p/DYMo_oDRAN/?igsh=YzNkNWJ1MnR1MHIx.

17. Що таке PESEL? Instagram. 2026. URL: <https://www.instagram.com/p/DX9knJLjaEu/?igsh=MTI5ZTlqZXplb29kcg==>.

18. Як зберегти свою ідентичність в новій країні? Instagram. 2026. URL: <https://www.instagram.com/p/DYQVvvjCK20/?igsh=Mnl2dWRiZXN1eXVl>.

19. Як зрозуміти, що ви вже адаптувалися? Instagram. 2026. URL: <https://www.instagram.com/p/DYQg7guCMI-/?igsh=MTcxbWVsMmJudXh2cQ==>.

20. Як підтримувати дружбу під час адаптації? Instagram. 2026. URL: <https://www.instagram.com/p/DYMzwRtDdMe/?igsh=MXFzZWcWdjJhMWF4eQ==>.

21. Як поступово відчувати дім в іншій країні? Instagram. 2026. URL: <https://www.instagram.com/p/DYQe5DDiLyt/?igsh=MTdzczl3dXcwcjVldQ==>.

22. Які помилки люди роблять під час адаптації в Польщі? Instagram. 2026. URL: <https://www.instagram.com/p/DYMsA3Ejlr/?igsh=MTkzZzNid2g3YmgyYg==>.

23. Carah N., Brown M., Kahukura Hine, Enright L., Tesiram R. Intimate platform biographies on, off and underneath Instagram. *Media, Culture & Society*. 2026. 10.1177/01634437261442005.
24. Gadekar R. Gratifications of Instagram Use – A Systematic Literature Review. *Journal of Communication and Management*. 2026. 5. P. 85-100. 10.58966/JCM2026518.
25. Ghosh K. Cultural Algorithm: Rethinking Instagram Culture in the Age of AI. 2026. URL: https://www.researchgate.net/publication/401145330_Cultural_Algorithm_Rethinking_Instagram_Culture_in_the_Age_of_AI/citation/download.
26. Güleç G. Media Architecture: Instagram versus Archigram. *Journal of Computational Design*. 2026. 7. P. 1-28. 10.53710/jcode.1753503.
27. Heinzl J., Durak D., Hönning A., Käckenmester W., Aman M., Daigeler A., Kolbenschlager J., Prahm C. Social Media for Marketing Surgical Practice: Instagram Use by German Plastic Surgeons. *Plastic and Reconstructive Surgery - Global Open*. 2026. 14. e7645. 10.1097/GOX.00000000000007645.
28. Kempainen A., Nuutinen H., Koljonen V., Kulmala P. Instagram Video Engagement in Medical Education: Cross-Sectional Study. *JMIR Medical Education*. 2026. 12. e79124-e79124. 10.2196/79124.
29. Maerevoet M., Hoorelbeke K., Bosch R., Van de putte E., Koster E. Connecting internalizing complaints and motivations for Instagram Use: A Bayesian network approach. *Computers in Human Behavior Reports*. 2026. 22. 10.1016/j.chbr.2026.101039.
30. Murugesan C., Prabha R. Instagram, Engagement and Politics: A Descriptive Study. *International Journal For Multidisciplinary Research*. 8. 2026. 10.36948/ijfmr.2026.v08i01.67130.
31. Qamar A., Ali I. Use of Instagram and its effect on the mental well-being of university students: A perspective from Pakistan. *PLOS Global Public Health*. 2026. 6. 10.1371/journal.pgph.0005529.

32. Raheb K. Streetstories: Instagram as Drift. Proceedings of the performing space 2023 conference. 2026. 10.12681/ps2023.9963.
33. Ramadhan R., Hardian A. The role of public relations in building the corporate image of pt waskitakarya lewat instagram social media. *Akrab Juara :Jurnal Ilmu-ilmu Sosial*. 2026. 11. P. 63-69. 10.58487/akrabjuara.v11i2.2787.
34. Sharma G., John N. View of Assessing the Efficacy of Instagram and Facebook Advertising A Systematic Literature Review. 2026. URL: https://www.researchgate.net/publication/403684039_View_of_Assessing_the_Efficacy_of_Instagram_and_Facebook_Advertising_A_Systematic_Literature_Review/citation/download.
35. Thakare S., Ingole P. An Analytical Study of the Impact of Instagram Marketing on the Cosmetic Purchasing Choices of Young Adults in Amravati. *International journal of scientific research in engineering and management*. 2026. 10. P. 1-9. 10.55041/IJSREM59891.
36. Widiantari M., Sejati Veny A., Gestald. Pengaruh Konten Instagram Produk Aero. *Pendas Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*. 2026. 11. P. 107-116. 10.23969/jp.v11i01.41815.
37. Zengin G., Instagram Ü., Markalara G., Bildirimi S., Zengin A. M. An Analysis on the Ways Brands Are Featured in Celebrity Posts on Instagram and the Level of Sponsorship Disclosure. 2021. P. 1-22.

ДОКУМЕНТАЦІЯ

05.05	06.05	11.05	18.05
<p>Як оформити PESEL у Польщі</p> <p>Пост Інформування</p>	<p>Корисні застосунки для життя в Польщі</p> <p>Reels Залучення аудиторії</p>	<p>Що допомагає адаптуватись у Польщі</p> <p>Пост Підвищення довіри</p>	<p>Пошук роботи в Польщі</p> <p>Пост Допомога підписникам</p>

Instagram-сторінка «Твій компас в Польщі»: контент-план публікацій

ДОДАТКИ

Додаток А

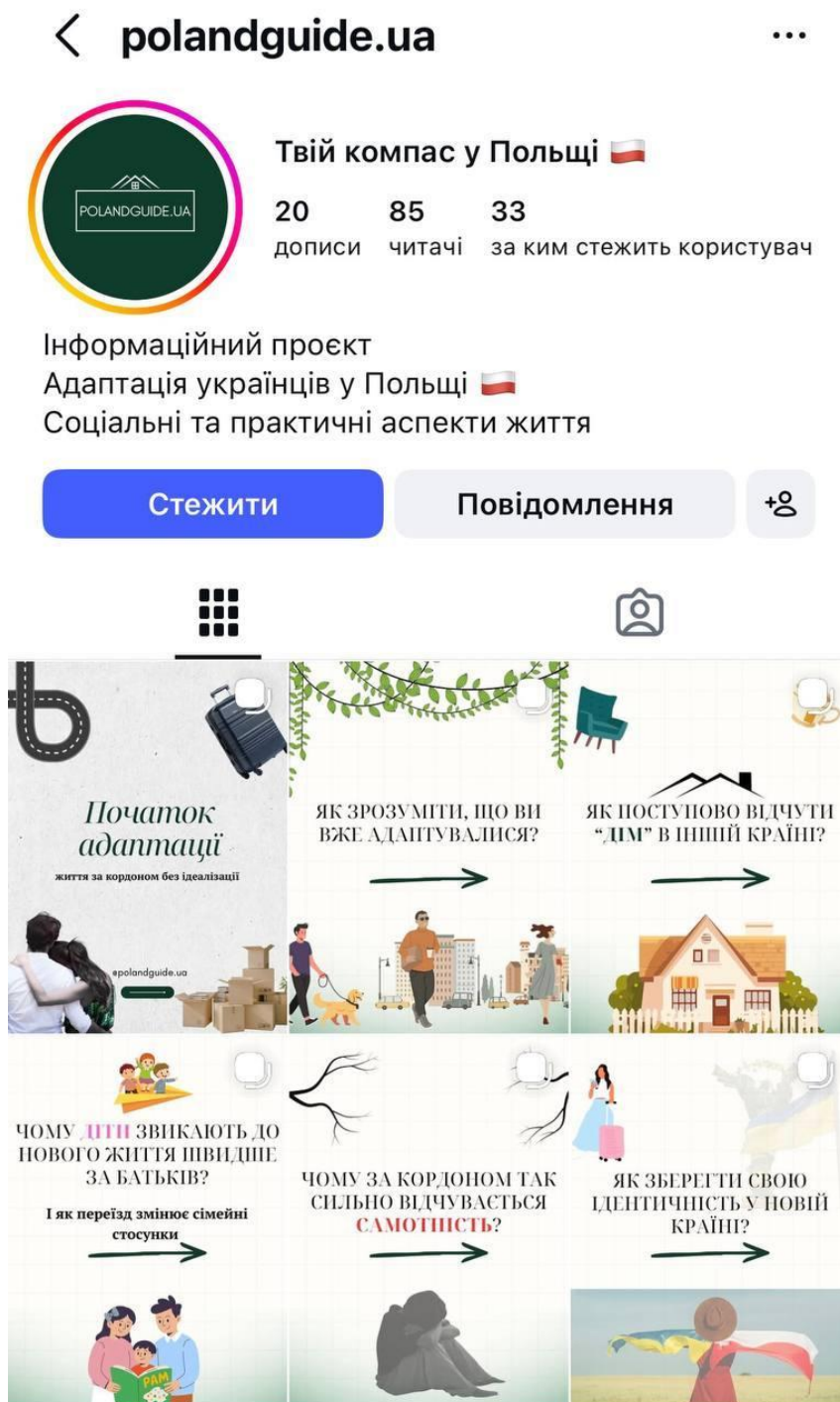


Рис. А.1 Instagram-сторінка «Твій компас в Польщі»

Джерело: авторська розробка.

АНОТАЦІЯ

Григорчук Олександра. Адаптація українців в Польщі: створення та просування інстаграм-сторінки

Ключові слова: Instagram, інстаграм-сторінка, адаптація біженців, просування в Instagram, Instagram в умовах війни.

Кваліфікаційна робота присвячена створенню та просуванню інстаграм-сторінки щодо адаптації українців в Польщі. Здійснено огляд наукових праць останніх років щодо проблематики Instagram із критичним аналізом ключових наукових результатів дослідження. Практичне значення дослідження полягає в розробці та просуванні власної інстаграм-сторінки, присвяченої адаптації українських біженців в Польщі. Представлений продукт має високу значущість в контексті повномасштабної війни в Україні. Instagram виступає важливим медійним інструментом адаптації українських біженців в Польщі.

ANNOTATION

Hryhorchuk Oleksandra. Adaptation of Ukrainians in Poland: creation and promotion of an Instagram page.

Keywords: Instagram, Instagram page, refugee adaptation, promotion on Instagram, Instagram in war conditions

The qualification work is devoted to the creation and promotion of an Instagram page on the adaptation of Ukrainians in Poland. A review of scientific works of recent years on the issue of Instagram was carried out with a critical analysis of the key scientific results of the study. The practical significance of the study lies in the development and promotion of its own Instagram page dedicated to the adaptation of Ukrainian refugees in Poland. The presented product is of great importance in the context of a full-scale war in Ukraine. Instagram is an important media tool for the adaptation of Ukrainian refugees in Poland.