

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Факультет журналістики

Кафедра міжнародної журналістики

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему:

**Культурні взаємозв'язки України та світу: створення інстаграм-проєкту
«Traces of the World»**

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
Погребняк Лариси Тарасівни

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

Науковий керівник: Мураховський Д.А.,
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.....	4
РОЗДІЛ I ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ.....	11
РОЗДІЛ II СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ	15
2.1. Обґрунтування інформаційного проєкту.....	15
2.2. Структура проєкту.....	17
2.3. Жанрова палітра	17
2.4. Зображальний матеріал та особливості оформлення	20
2.5. Авторська ідея	21
2.6. Особливості аудиторії.....	23
РОЗДІЛ III ТЕХНІЧНІ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ	26
ВИСНОВКИ	30
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	33
ДОКУМЕНТАЦІЯ.....	35
ДОДАТКИ	42
АНОТАЦІЯ.....	43
ANNOTATION	44

ВСТУП

Актуальність вибору теми. У сучасному світі глобалізації та цифровізації дослідження й презентація національної культурної ідентичності набувають принципово нових форм і значень. Культура перестала бути лише зафіксованим спадком минулого, що існує здебільшого в музейних контекстах; сьогодні вона виступає як динамічний засіб міжнародної комунікації, інструмент публічної дипломатії та фактор формування державного іміджу на міжнародній арені. Для України, яка нині відстоює свою свободу, суб'єктність і право на самовизначення, питання презентації культури у глобальному просторі перетворилося на аспект національної безпеки та стратегічного позиціонування.

Протягом тривалого періоду українська культура штучно відсунута на маргінес або інтерпретувалася через призму колоніальних наративів. У результаті в міжнародному дискурсі сформувалися спотворені або недостатні уявлення про український культурний код. Нині існує нагальна суспільна та державна потреба в деколонізації української культури й у демонстрації її як невід'ємної, природної і впливової складової світової спадщини. Україна ніколи не була ізольовано. – століттями вона перебувала в центрі європейських і світових історико-культурних процесів, впливала на інші культури та водночас засвоювала найважливіші світові надбання.

Актуальність дослідження культурних зв'язків між Україною та світом у межах дипломного проекту зумовлена кількома визначальними чинниками:

- Потреба формування нового культурного бренду України (культурна дипломатія): Світ має сприймати Україну не лише через призму війни та геополітичних криз, а й як країну з глибокими культурними коренями, значним інтелектуальним і мистецьким потенціалом. Проект, який візуалізує «сліди» взаємодії України зі світовим середовищем, руйнує стереотип про провінційність її культури.
- Діджиталізація культурної сфери та роль соціальних мереж: Традиційні академічні дослідження часто залишаються доступними лише вузькому колу спеціалістів. Платформа Instagram нині є одним із найпотужніших

інструментів масової комунікації, що дозволяє візуалізувати складні історико-культурні концепти у доступній, естетичній та інтерактивній формі для різноманітної (зокрема молодіжної та міжнародної) аудиторії. Перенесення культурного контенту в цифровий простір відповідає вимогам часу.

- Протидія дезінформації та культурній апропріації: Виявлення, фіксація та популяризація фактів про внесок українських митців, винахідників і мислителів у світовий контекст (і про зворотні впливи) сприяє відновленню історичної пам'яті України, захисту її культурної спадщини від привласнення іншими державами та чіткому маркуванню українських слідів у світовій історії.
- Запит на ідентичність всередині країни та за кордоном: Мільйони українців, які через повномасштабне вторгнення опинилися за кордоном, відчувають нагальну потребу інтегруватися в нові суспільства, не втрачаючи при цьому власного коріння. Медіапроекти такого напрямку створюють майданчики для встановлення точок дотику й побудови мостів між українською та локальними культурами країн перебування, сприяючи міжкультурному діалогу.
- Створення й функціонування інстаграм-проекту «Traces of the World» є вкрай своєчасним та релевантним. Цей проєкт виступає не лише як цифровий архів або освітня сторінка, а як практичний приклад використання сучасних медіаінструментів для реалізації завдань публічної і культурної дипломатії. Він дає змогу в актуальному візуальному та текстовому форматі переосмислити роль України в глобальному контексті, підкреслити синергію між українським і світовим культурними просторами та запропонувати аудиторії оновлене бачення знайомих історичних і сучасних процесів.

Мета та завдання кваліфікаційної бакалаврської роботи. Метою проєкту є комплексне вивчення теоретико-методологічних та прикладних засад

функціонування культурно-просвітницьких медіа в цифровому середовищі, а також у розробці, запуск й практична реалізація авторського Instagram-проєкту «Traces of the World», спрямованого на концептуалізацію, візуалізацію та популяризацію історичних і сучасних культурних взаємин України із глобальним світом.

Завдання роботи:

- Здійснити ґрунтовний огляд наукових джерел і нормативно-правової бази з тем культурної дипломатії, міжкультурних комунікацій, національної ідентичності та процесів деколонізації українського культурного дискурсу в умовах сучасних геополітичних викликів.
- Дослідити трансформаційні процеси в медіапросторі та вивчити феномен диджиталізації культури, виокремивши роль новітніх медіа, зокрема соціальних мереж, як інструментів формування позитивного міжнародного іміджу держави і як засобів «м'якої сили» (Soft Power).
- Проаналізувати специфіку соціальної мережі Instagram як ефективного майданчика для поширення культурно-просвітницького контенту, виявивши її технічні, алгоритмічні, психологічні та комунікаційні особливості взаємодії з аудиторією.
- Провести порівняльний аналіз існуючих українських та зарубіжних цифрових проєктів зі спорідненим або схожим спрямуванням, визначити їхні сильні й слабкі сторони, маркетингові підходи та окреслити унікальну нішу (USP – унікальна торгова пропозиція) для власного проєкту «Traces of the World».
- Здійснити пошук, критичну селекцію та верифікацію історико-культурних фактів, персоналій, мистецьких явищ і подій, які наочно демонструють інтеграцію України у світовий контекст та взаємовплив української культури з культурами інших народів.
- Розробити комплексну концепцію медіапроєкту «Traces of the World», визначивши його місію, візію, філософію, ключові цінності, а також

чітко сегментувати й описати портрети цільових аудиторій (внутрішньої української та потенційної іноземної).

- Створити унікальну візуальну айдентику проєкту (фірмовий стиль), включаючи розробку логотипу, підбір автентичної палітри кольорів, шрифтових пар, графічних елементів та шаблонів для різних форматів публікацій, що відповідають сучасним тенденціям графічного дизайну в Instagram.
- Запровадити гнучку рубрикаційну матрицю для забезпечення різноманітності та структурування контенту.
- Розробити стратегічний медіаплан і деталізований контент-план на довгострокову та короткострокову перспективи з урахуванням особливостей таймінгу публікацій і алгоритмів ранжування в Instagram.
- Забезпечити повний цикл виробництва медіаконтенту: написання адаптованих, інформативних і емоційно заангажованих лонгвідів та мікротекстів українською (за потреби — англійською) мовами; верстка каруселей; обробка фотоматеріалів; монтаж динамічних і трендових відеоформатів (Reels) для максимізації залучення користувачів.
- Впровадити базові методи органічного просування проєкту, використовуючи оптимізацію профілю, релевантні хештеги, геолокації, взаємодію з лідерами думок та партизанські маркетингові підходи для залучення початкових хвиль підписників.
- Здійснити систематичний моніторинг і комплексний аналіз статистичних показників функціонування Instagram-сторінки (динаміка зростання аудиторії, рівень залученості ERR/ER, охоплення публікацій, кількість збережень, репостів та коментарів) із застосуванням внутрішніх інструментів Instagram Insights та зовнішніх аналітичних сервісів.
- Оцінити якісні результати проєкту шляхом аналізу зворотного зв'язку від читачів (тональність коментарів, повідомлень у Direct) для

визначення тем і форматів, що спричиняють найбільший суспільний та культурний резонанс.

- Розробити рекомендації щодо подальшого масштабування та оптимізації проєкту, окреслити перспективи його експансії на інші платформи (TikTok, Telegram, створення вебсайту), можливості монетизації, залучення грантової підтримки або колаборацій із державними інституціями (зокрема Українським інститутом чи Міністерством культури та стратегічних комунікацій).

Об'єкт та предмет дослідження. Об'єктом вивчення є процес медіатизації, візуалізації та репрезентації соціокультурної ідентичності та історико-культурної спадщини України у глобальному цифровому медіапросторі (зокрема, в середовищі новітніх соціальних медіа), а предметом — структурно-змістовні, концептуальні, візуально-графічні та маркетингові особливості створення, позиціонування та функціонування авторського інстаграм-проєкту «Traces of the World» як інструменту популяризації культурних взаємозв'язків України зі світом.

- **В проєкті** «Traces of the World» були використані різні джерела інформації:
 - Історико-біографічні та мистецтвознавчі матеріали: науково-популярні статті, відкриті цифрові архіви, матеріали вітчизняних та закордонних музеїв, медійні публікації про життя видатних діячів та історію культурних пам'яток.
 - Візуальний та мультимедійний контент: оцифровані репродукції картин, архівні та сучасні фотографії, відеоматеріали з відкритих джерел, які підлягали подальшій дизайнерській обробці та монтажу.
 - Посилання на авторитетні текстові джерела та вебсайти: офіційні платформи культурних інституцій для верифікації фактів взаємозв'язку України та світу.

- Статистичні дані соціальних медіа: внутрішні аналітичні показники платформи Instagram (Instagram Insights) щодо реакції аудиторії на опублікований контент.

Увага зверталася на якість, надійність та авторитетність джерела, відсутність у ньому заангажованих чи колоніальних міфів, а також на розрізнення першоджерел та вторинних інтерпретацій. Обов'язково здійснювався перехресний фактчекінг (фінальна перевірка дат, географічних назв, прізвищ на внутрішню логіку та історичну відповідність) перед публікацією кожного допису; усі джерела перевірки інформації ретельно фіксувалися під час складання контент-плану.

Основними методами дослідження в проєкті «Traces of the World» є:

1. Аналіз та порівняння: вивчення історичних фактів та зіставлення паралелей між українським та світовим культурним контекстом, а також аналіз профілів-конкурентів в Instagram для пошуку унікальної ніші.
- Кабінетне дослідження (Desk Research): збір, вивчення та систематизація наявної у мережі Інтернет інформації про культурні зв'язки України.
 - Метод візуального та текстового моделювання (контент-мейкінг): трансформація великих обсягів інформації у лаконічні картки-каруселі, динамічні Reels та адаптовані під інстаграм-формат тексти.
 - Статистичний аналіз (SMM-аналітика): вимірювання ефективності проєкту за допомогою метрик залученості аудиторії (лайки, коментарі, збереження, поширення).

Допоміжними (іншими) методами дослідження у проєкті є:

- Синтез та узагальнення: об'єднання розрізнених фактів про культуру в єдині тематичні рубрики та цілісний бренд сторінки.
- Аналогія: використання успішних світових практик та трендів ведення блогосфери для адаптації власного культурного контенту.

- Дедукція та індукція: рух від загальних теоретичних засад культурної дипломатії до конкретних кейсів-публікацій та навпаки — виведення загальних тенденцій сприйняття контенту на основі реакцій окремих підписників.
- Спостереження (моніторинг фідбеку): відстеження коментарів та повідомлень у Direct для оцінки тональності сприйняття проєкту читачами.

Структура проєкту. Бакалаврський проєкт складається з трьох взаємопов'язаних частин:

- Теоретичної частини, у якій обґрунтовується актуальність та соціокультурна необхідність створення цифрового медіапроєкту «Traces of the World», аналізується потенціал соціальної мережі Instagram як інструменту культурної дипломатії та визначаються особливості сприйняття такого контенту сучасною аудиторією.
- Практичної частини, що містить матеріали та напрацювання, які безпосередньо супроводжували розробку та запуск медіапродукту (концепція сторінки, рубрикатор, розроблений контент-план, тексти публікацій, а також візуальні матеріали: макети каруселей, шаблони для Stories та обкладинки Reels).
- Технічної частини, у якій подається інформація про технічні та програмні ресурси, необхідні для реалізації та просування проєкту (програми для графічного дизайну, відеомонтажу, копірайтингу, а також вбудовані інструменти аналітики та оптимізації в Instagram).

РОЗДІЛ I

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ

Поняття «культурно-просвітницькі медіа» [1] охоплює всі засоби масової комунікації та цифрові платформи, які спрямовані на трансляцію, популяризацію та рефлексію культурної спадщини, історичних фактів, мистецьких явищ і соціокультурних цінностей суспільства. Протягом тривалого історичного періоду головними провідниками цієї інформації були традиційні інституції — музеї, академічні періодичні видання, книги та телепередачі. Вони незмінно виконували просвітницьку функцію, формуючи національну ідентичність, громадську думку та культурний код громадян [2].

Однак із настанням цифрової епохи медіасередовище зазнало радикальних трансформацій, що суттєво повпливало на традиційні формати журналістики та комунікації. З'явилися різні цифрові інтерактивні майданчики, онлайн-видання, мобільні застосунки та соціальні мережі, які закривали запит сучасного користувача на швидкий, інтерактивний та мультимедійний контент [3]. У таких реаліях культурна комунікація була змушена адаптуватися до нових умов, опановувати онлайн-формат та виходити за межі сухих академічних залів у простір соціальних медіа, де головним завданням стало утримання уваги аудиторії в умовах жорсткої конкуренції за цифровий трафік.

З появою Інтернету кількість інформації різко зросла, адже її тепер простіше поширювати, проте саме через це потік контенту практично вийшов з-під контролю й став нескінченним. Сучасна людина, перебуваючи в епіцентрі постійних геополітичних криз, військових хронік та важкого новинного контенту, починає свідомо відвертатися від інформації через втому та емоційне вигорання.

За даними масштабного дослідження *Digital News Report* від *Reuters Institute* [4], активність молодих читачів у віці 18–24 років у споживанні онлайн-новин стрімко падає, оскільки алгоритми сучасних соціальних мереж надають перевагу візуальному контенту, тим самим знижуючи зацікавленість молоді у традиційній стрічці новин. Подібну проблему перевантаження інформацією

аналізують дослідники *Center for Information, Technology, and Public Life (CITAP)* [5], який функціонує при *The UNC Hussman School of Journalism and Media*. За їхніми висновками, якщо традиційні медіа надавали людям обмежений обсяг інформації (наприклад, одна щоденна газета чи фіксований час теленовин), то з появою соцмереж люди постійно перебувають в оберті інформаційного шуму, де немає меж, що призводить до хронічної втоми.

В Україні, хоч основним джерелом новин і залишаються онлайн-платформи, проте комплексні дослідження *Громадянської мережі ОПОРА* [6] демонструють поступове зниження тривалості та залученості користувачів до суто новинних платформ та телеграм-каналів, викликане втомою від щоденного пресингу воєнної реальності. Користувачі дедалі частіше шукають у цифровому просторі так звані «безпечні зони» (safe spaces) — контент, який дозволяє відволіктися, але водночас не є інтелектуально деградаційним, а допомагає віднайти внутрішні опори та підживлює національну ідентичність.

У таких умовах цифрова культурна комунікація еволюціонувала в концепцію Edutainment (навчання через розвагу) [7] та технологію Microlearning (мікронавчання) [8]. Цей рух пропагує усвідомлений підхід до споживання інформації на протипагу швидкоплинному і часто поверхневому цифровому середовищу. Соціальні медіаплатформи з вираженим візуальним домінуванням почали сприйматися як більш якісний формат для спокійного, естетичного мікронавчання, де складні історико-культурні взаємозв'язки подаються через візуально привабливі та близькі повсякденному досвіду людини образи.

Значну роль у збереженні інтересу до культури та історії в цифровому просторі відіграли великі тематичні блоги та медіапроекти. Саме вони, попри алгоритмічні зміни платформ, продовжують формувати тренд на інтелектуальний контент. Серед найкращих прикладів цифрових культурно-просвітницьких проєктів можна виокремити:

1. «Ukrainer» [9] — масштабне мультимедійне видання, яке через високоякісний візуальний сторітелінг відкриває Україну для внутрішньої та закордонної аудиторії. Проєкт успішно використовує Instagram як один

з основних каналів трансляції унікальних географічних, антропологічних та культурних розвідок.

2. «Спадщина / Spadshchyna» [10] — нішева українська цифрова ініціатива в Instagram, присвячена збереженню та популяризації матеріальної культури, архітектури, старовинних фотографій та фольклору, яка перетворює архівні документи на вірусний контент через сучасний графічний дизайн.
3. Офіційні профілі світових інституцій, наприклад The Metropolitan Museum of Art [11] — акаунт світового музею в Instagram, який демонструє, як класичне мистецтво утримує увагу аудиторії в епоху діджиталізації за рахунок інтерактивних Stories, Reels та колаборацій з сучасними авторами.

Усі ці проєкти — чудовий приклад того, як культурні комунікації можуть утримувати позиції в сучасну епоху. Однак навіть ці популярні платформи часто зміщують фокус або в бік глибокого, але занадто складного академізму (що відлякує масового молодого читача), або ж фокусуються виключно на «високому» музейному мистецтві чи суто історичних датах минулого, що часто сприймаються відірвано від сьогодення. Тобто, попри якісний дизайн, зміст таких сторінок зазвичай не виходить за межі сухих історичних довідок та поверхневого формату. Більш живі, прикладні матеріали є поодинокими. Через це культурну та історичну дипломатію сприймають як складний, несерйозний або далекий об'єкт, який не стосується повсякденного життя людини.

Тож виникає гостра потреба у цифрових проєктах, які будуть фокусуватись не лише на візуальній складовій та сухих фактах, а й на глибокій концепції Everyday Nation Branding (повсякденного культурного брендингу) [12] – рухом, що пропагує пошук культури у буденних речах. Культура та історія ніколи не існували лише в підручниках – вони матеріалізуються у нашому щоденному побуті, в урбаністичному просторі міст, медіа, які ми обираємо, та навіть на наших тарілках. Особливо важливо використовувати усі культурні інструменти під час повномасштабного вторгнення, коли питання ідентичності та пошуку свого місця у світі актуальне, як ніколи.

Відбулось переосмислення цінностей: зросла увага до міської архітектури, гастрономічних традицій, національного кінематографа, моди та мови. Українці активно шукають візуальні коди, досліджують, як саме наша країна взаємодіяла зі світом упродовж століть і як світові тренди відображаються в нашому повсякденні зараз. Війна вимагає глибини, контексту та пошуку точок дотику із глобальним простором.

Авторський інстаграм-проєкт «Traces of the World» створений саме з цією метою. Проєкт не уникає складних історичних паралелей, навпаки ж орієнтований на аналітичні, але доступні матеріали, які висвітлюють важливі події, розглядає повсякденну культуру (їжу, кіно, архітектуру, моду) як мову міжнародної комунікації та відкидає поверхневність стандартних блогів. Враховуючи сучасний запит читача, «Traces of the World» має високий потенціал заповнити актуальну й важливу нішу в українському цифровому медіапросторі.

РОЗДІЛ II

СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ

2.1. Обґрунтування інформаційного проєкту

Цифровий культурно-просвітницький проєкт «Traces of the World» є надзвичайно актуальним на сучасному українському інформаційному ринку, зокрема в сегменті нішевих медіа про культуру, урбаністику та поп-культуру. В Україні, як і у всьому світі, відбулися докорінні зміни споживчих звичок аудиторії та суттєва трансформація медіапростору через стрімкий розвиток мобільних технологій та алгоритмів соціальних мереж. Через це традиційні засоби масової інформації, включно з великими сайтами та друкованою періодикою, почали втрачати увагу молодій аудиторії, яка мігрувала на інтерактивні платформи.

Однак, попри поширення хаотичного розважального контенту, запит на глибокі знання не зник, а еволюціонував, сформувавши попит на нішеві цифрові проєкти. Як на міжнародному рівні, так і в українському сегменті Instagram, почали з'являтися тематичні журналістські та просвітницькі ініціативи, орієнтовані на переосмислення ідентичності, моди та урбаністики. До європейського сегменту подібних концептуальних медіа можна віднести цифрові платформи та спецпроєкти видань на кшталт *i-D*, *Dazed* або локальних європейських міських журналів, які майстерно поєднують повсякденну культуру з глибоким мистецтвознавством, історією та антропологією. Загалом, ці міжнародні кейси демонструють зразок сучасного візуального сторітелінгу і є частковим орієнтиром для кінцевого результату проєкту «Traces of the World». У таких закордонних проєктах порушують питання гастрономічної глобалізації, архітектурної спадщини та впливу медіа (кіно, серіалів) на свідомість соціуму. Ці медіа популярні на міжнародному ринку, але в українському інстаграм-просторі подібних проєктів, які б досліджували «світ в Україні та Україну в світі» через призму поп-культури та повсякденності, практично немає. Це, у свою чергу, знову підтверджує актуальність авторського проєкту «Traces of the

World», адже у вітчизняному SMM-сегменті ще не розвинули проекти із позиціонуванням *Everyday Nation Branding* та *Microlearning*, де використовується глибока аналітика, але водночас легка, жива подача і висвітлення культури через звичні повсякденні явища (їжу, серіали Netflix, архітектуру міських фасадів та мову).

Водночас у медіасередовищі України збереглися великі просвітницькі гіганти (наприклад, мультимедійна платформа *Ukrainianer* або нішеві акаунти на кшталт *@spadshchyna*), які на тлі масової діджиталізації посилити унікальність свого продукту. Ці видання є найпопулярнішими в українському культурному сегменті. Однак їхня популярність часто базується або на суто академічному, серйозному та історичному контенті, або ж на чистому візуалі та естетиці (архівні фото, красиві краєвиди), які користувачі часто використовують як красиву картинку для репосту в Stories, але рідко сприймають як прикладне медіа, що аналізує їхнє власне повсякденне життя. Тож залишається дві основних проблеми:

1. Головні культурно-просвітницькі медіапроекти в Україні, які презентують вітчизняну журналістику в соцмережах, цікавлять аудиторію більше сухими історичними фактами минулого, ніж аналізом сучасного живого міського та маскультурного простору.
2. На українському медіаринку немає цифрового поп-культурного продукту в Instagram, який би висвітлював тему глобальних культурних зв'язків та «слідів» світу в Україні глибоко, з аналітичними каруселями, але без нудного академізму, без поверхневих тем і великої кількості комерційної реклами. Є видання, орієнтовані виключно на високе мистецтво, проте дослідження повсякденної культури як мови міжнародної дипломатії поки що не розвивається як повноцінне цифрове періодичне видання.

На тлі означених проблем інстаграм-проект «Traces of the World» про культуру, урбаністику та поп-культуру стає відповіддю на запит аудиторії, яка прагне глибокого, але динамічного і свідомого підходу до культурної тематики. «Traces of the World» — цифрове видання, що поєднує в собі журналістську

публіцистику, аналітичні каруселі, соціокультурні дослідження повсякдення, ексклюзивні інтерв'ю та авторські розбори.

На відміну від наявних українських блогів, оригінальність проєкту полягає у концептуальному підході до культури через призму повсякденних речей (їжі, кіно, моди). Проєкт не обмежується лише переліком історичних дат, він спеціалізується першочергово на змістовному та соковитому наповненні, аби привабити свідому, молоду, урбаністичну аудиторію віком 18–35 років, яка зацікавлена у вивченні глобального світу, цінує інтелектуальність, але прагне споживати контент у зручному, сучасному та естетичному цифровому форматі. Крім того, «Traces of the World» — це нішевий продукт, який допомагає покращити якість української інстаграм-журналістики своїм рідкісним для нашої країни підходом, ґрунтуючись на досвіді європейських поп-культурних медіа. Медіапроєкт успішно вирішує ще одну актуальну проблему — нестачу локального цифрового контенту міжнародного стандарту, але зі стовідсотковим українським контекстом.

Отже, «Traces of the World» є інформаційним, інтелектуальним та освітнім цифровим продуктом, який стає якісною альтернативою розважальному або суто комерційному контенту в соцмережах. За допомогою цього медіапроєкту українська культурна журналістика в Instagram перетворюється на змістовний простір для дослідження та критичного мислення, що робить його перспективним і конкурентоспроможним на ринку.

2.2. Структура проєкту

Інстаграм-проєкт «Traces of the World» є гібридним медіа за своєю природою, оскільки поєднує у собі особливості як традиційної журнальної періодики (завдяки глибоким текстовим лонґрідам у каруселях), так і динамічних мікромедіа (через використання інструментів Stories, Reels та швидкої навігації). Таким чином, автор адаптував цифровий контент до найсучасніших тенденцій та когнітивних запитів користувачів соціальних мереж.

У традиційних інстаграм-пабліках матеріали зазвичай є фрагментарними, хаотичними, складаються з випадкових мемів, розрізнених фактів та не пов'язаних між собою публікацій, що робить споживання контенту поверхневим. Натомість «Traces of the World» містить цілісну, вивірену тематичну концепцію, де кожен допис відповідає головній місії проєкту — пошуку та фіксації міжкультурних зв'язків України зі світом. Головний меседж («Зустріч України зі світом — у людях, місцях і тихих культурних слідах...») послідовно розкривається через систему чітко структурованих публіцистичних, аналітичних та інтерв'ю-матеріалів. Наповнення сторінки чітко диференційоване за тематичними напрямками, які формують внутрішній каркас проєкту:

Серія публікацій «Світ на тарілці»: Це унікальний гастрономічний цикл, який досліджує процеси культурної дифузії через їжу. Матеріали («Світ на тарілці: Грузія в Одесі», «Світ на тарілці: Японія в Києві», «Світ на тарілці: Італія у Львові») акцентують увагу на тому, як кулінарні традиції інших народів інтегрувалися в український міський простір, ставши частиною нашої ідентичності та щоденного побуту.

Урбаністично-архітектурний блок: Аналітичні розбори міського простору, де архітектура виступає як живий текст історії. Пости «Як світ будував Львів?», «Історія Львова у фасадах», «Чернівці: місто, в якому відчується Європа» та «Балканські сліди в Одесі» навчають читача зчитувати іноземні архітектурні впливи на вулицях українських міст.

Блок «Медіа та масова культура»: Серія дописів, присвячена дослідженню впливу глобального інформаційного простору на українську молодь. Матеріали («Netflix generation: Як світові серіали впливають на українську молодь?», «Як світові тренди впливають на українську моду?», «Світ у кадрі: Як світ впливає на українське кіно?», «Як іноземна музика змінює український простір?») аналізують, як світові поп-культурні тренди трансформують смаки та цінності всередині країни.

Лінгвістично-літературний напрям: Дослідження взаємопроникнення мов та сенсів у глобалізованому світі (пости «Світ у словах: Як глобалізація змінює українську мову» та «Світ між рядками: Як глобальна культура впливає на українську літературу»).

Ексклюзивна серія «TALK & Interview Series»: Перехід від теоретичного аналізу до живих людських історій. Сюди входить ексклюзивне глибоке інтерв'ю з Маратом Оріховським («Між двома світами: історія пошуку дому»), а також аналітичне інтерв'ю з грузинським шефом – Темо Парцванія у двох частинах, присвячене феномену парцування (пошуку ідентичності та культурного коріння).

Структурно видання зберігає унікальну інстаграм-верстку: матеріали публікуються у форматі мультимедійних каруселей (до 10 слайдів), де витримується строгий баланс тексту та зображень, що наближає його до найкращих зразків друкованих плакатних журналів. Кожна карусель — це завершений аналітичний лонгрид.

Для оформлення обкладинок та внутрішніх слайдів обрано вертикальний формат 4:5 (розмір 1080x1350 пікселів). Це нетиповий формат для стандартних швидких фото, але він є ідеальним для сучасних мікромедіа. Таке візуальне рішення дозволяє займати максимальну площу екрана смартфона під час скролінгу, не відволікаючи користувача на елементи інтерфейсу додатка, та дає змогу комфортно розміщувати великі текстові блоки, заголовки та ілюстрації в кілька колонок, що візуально імітує журнальну верстку.

Замість фізичного паперу цифровим аналогом «матеріальності» у проєкті виступає специфічна текстура та колір фону слайдів. Свідома відмова від білого «пластикового» кольору екрана на користь насичених, щільних відтінків (енергійного помаранчевого, бірюзово-зеленого та теплого жовтого) створює ефект матовості та візуальної вагомості. Це глибоке колористичне рішення резонує з позиціонуванням проєкту як якісного журналу для повільного читання (slow media). Кожен елемент структури макету — від розташування плашок до

архітектоніки слайда — працює на те, щоб зафіксувати увагу користувача, спонукати його до вдумливого читання та збереження допису в закладки.

2.3. Жанрова палітра

Оскільки цифровий проєкт «Traces of the World» дотримується філософії *slow media* в умовах соціальної мережі, він повністю орієнтується на глибокі, інформативні та змістовні матеріали. Періодичність виходу дописів (кілька разів на тиждень) дозволяє автору не гнатися за хвилиними хайповими новинами, а створювати контент із високою доданою вартістю: дослідницький, аналітичний, рефлексивний. Відповідно, жанрова палітра медіапроєкту поєднує в собі аналітичні, інформаційні та публіцистичні жанри журналістики, адаптовані під SMM-формат.

Аналітичні жанри становлять фундаментальну основу всього контенту сторінки. Зокрема, серія публікацій про архітектуру Львова та Чернівців, а також розбори впливу Netflix та глобальної моди на українське суспільство є повноцінними аналітичними статтями. У них присутній детальний розбір соціокультурних явищ, зіставлення історичних фактів та причинно-наслідкових зв'язків, що дозволяє читачеві вийти за рамки звичайного споглядання красивих фотографій міст і зрозуміти глибину міжкультурних процесів. Сюди ж відносяться матеріали гастрономічного циклу «Світ на тарілці», які за своєю суттю є культурними оглядами-рецензіями на те, як світові кулінарні феномени адаптуються в локальних українських реаліях. Вибір аналітичних жанрів зумовлений потребою не просто розважити підписника, а запустити процес критичного мислення та рефлексії.

Інформаційні жанри реалізовані через велику серію інтерв'ю (TALK Series). Це класичний жанр інтерв'ю-діалогу, представлений у вигляді каруселей та текстових витягів, що дозволяє напряму транслювати думки експертів, дослідників та героїв (як-от ексклюзивна історія Марата Оріховського про пошук дому чи розбір теми кулінарного парцування) безпосередньо до аудиторії. До інформаційного жанру також належать стислі текстові довідки, бічні навігаційні

плашки на слайдах та підписи під фотографіями, які транслюють чисті факти без особистих оціночних суджень автора.

Публіцистичні жанри виражені через авторські колонки та есеї, інтегровані у підписи під каруселями та окремі слайди. У цих текстах автор проєкту ділиться власними рефлексіями щодо того, як глобалізація змінює сучасну українську мову та літературу. Це створює ефект живої, довірчої розмови між автором медіа та підписником, де відбувається обмін емоціями та культурним досвідом.

Таке жанрове розмаїття дозволяє проєкту «Traces of the World» залишатися гнучким, динамічним, але водночас глибоким медіапродуктом. Воно ідеально задовольняє інтелектуальний запит цільової аудиторії — молодих людей, які втомилися від однотипного розважального контенту та шукають у соціальних мережах змістовні смисли.

2.4. Зображальний матеріал та особливості оформлення

Візуальне оформлення інстаграм-проєкту «Traces of the World» відіграє ключову роль у формуванні його унікальної поп-артової ідентичності та повністю відповідає філософії Edutainment. Дизайн сторінки свідомо відмовляється від монохромного мінімалізму чи бляклих пастельних шаблонів на користь соковитої, виразної палітри. Завдяки цьому контент миттєво виділяється у стрічці новин під час скролінгу, привертаючи увагу та чітко маркуючи бренд медіа. Головним завданням візуального стилю є естетична підтримка текстового змісту та полегшення сприйняття складних соціокультурних тем.

Кольорова гама проєкту є виразною та концептуальною, базуючись на трьох основних кольорах:

Енергійний помаранчевий: Виступає колористичним ядром та домінантним тлом для більшості обкладинок. У психології сприйняття медіа цей колір символізує відкритість, сонячність, рух та комунікацію. Він діє як яскравий «гарячий слід» (trace), що веде читача крізь історію.

Бірюзово-зелений: Контрастний відтінок, що символізує свободу, подорожі та глибину. Використовується для оформлення окремих тематичних дописів та плашок.

Теплий жовтий: Додає візуального тепла, світла та динаміки, створюючи стійкий ритм «теплого та холодного» у загальній сітці профілю.

Обкладинки дописів розроблені у плакатному, журнальному стилі. Назву проєкту або головну тему публікації винесено великим, масивним контрастним шрифтом. Типографіка проєкту базується на використанні сучасних, чітких гротесків (Sans-serif) чорного та білого кольорів. Великий кегль заголовків забезпечує 100% читабельність обкладинки навіть у зменшеному форматі сітки профілю на екрані будь-якого смартфона. Важливі акценти, тези чи імена героїв інтерв'ю виділяються плашками або контрастними кольоровими рамками.

Фотографії та ілюстрації в каруселях інтегровані таким чином, що вони ніколи не домінують над змістом, а виконують важливу пояснювальну та дидактичну функції. Візуальний код проєкту успішно поєднує яскраві «живі» фотографії (фасади будинків Чернівців чи Львова, автентичні страви, портрети героїв інтерв'ю) із сучасними flat-ілюстраціями та графічними елементами (зображеннями вінілових платівок, елементів їжі, силуетів будівельників тощо).

Більшість ілюстрацій та фотографій поміщені у строгі геометричні рамки (квадрати, прямокутники) або піддаються ручній графічній обробці (вирізання об'єктів у формат PNG, додавання контрастної білої чи чорної обводки для колажного ефекту).

Загалом, оформлення проєкту «Traces of the World» — це еталонний приклад сучасного поп-культурного цифрового журналу, де стриманість структури поєднується з вибуховою яскравістю палітри. Такий дизайн залучає як поціновувачів візуальної естетики, так і раціональних читачів, орієнтованих на текстову глибину.

2.5. Авторська ідея

Цифровий медіапроект «Traces of the World» виник на стику особистої зацікавленості автора у розвитку інноваційних форматів соціокультурної журналістики в соціальних мережах та практичного вивчення технологій візуального сторітелінгу на факультеті журналістики. У процесі дослідження сучасного медіаринку було виявлено серйозну проблему: більшість культурно-просвітницьких ініціатив в Україні або залишаються занадто складними, законсервованими в сухому академізмі, або ж скочуються у банальний розважальний та комерційний контент. Традиційне розуміння культурної дипломатії відірвалося від реального життя пересічного українця.

Паралельно з цим авторка проекту активно заглиблювалася у дослідження повсякденної міської культури, гастрономії та впливу глобальних стрімінгових платформ на свідомість молоді. Це дозволило чітко зафіксувати ще одну проблему українського інстаграм-простору — поверхнєве ставлення до таких індустрій, як їжа, мода чи кіно. Вони рідко аналізуються як потужні соціокультурні, політичні чи економічні маркери, через які світ комунікує з Україною, а Україна заявляє про себе світові. Поняття «глобалізація» сприймається як абстрактний термін із підручників, хоча його матеріальні сліди щодня оточують нас на вулицях міст та у побуті.

З огляду на це виникло рішення об'єднати ці спостереження і створити авторський інноваційний медіапроект, який би повністю задовольняв потреби сучасного інтелектуального цифрового споживача. Формат проекту — нішевий журналістський акаунт в Instagram, що функціонує як повноцінне періодичне цифрове видання з чіткою візуальною сіткою, продуманою рубрикацією та тематичною цілісністю. Кожна серія публікацій розкриває глобальне у повсякденному, доводячи, що історія та культура є живим процесом.

У перспективі «Traces of the World» має чітку стратегію масштабування та потенціал розвиватися як потужна багатоформатна медіаплатформа:

Розвиток екосистеми в Instagram: Перетворення профілю на масштабну візуальну спільноту із регулярними інтерактивними тестами у Stories, залученням користувачів до створення контенту (User-generated content), публікацією унікальних мудбордів та фрагментів інтерв'ю.

Масштабування на TikTok-платформу: Створення та активний розвиток сторінки Eclectique/Traces у TikTok, орієнтованої на динамічні експертні відео, естетичний монтаж міських локацій, швидкі гастрономічні розбори та короткі емоційні факти (Reels/Shorts format) для залучення холодної аудиторії.

Створення цифрових PDF-каталогів та лонгвідів: Запуск окремої лендінгової сторінки, де користувачі зможуть завантажувати розширені інтелектуальні PDF-гіди («Архітектурні сліди Львова», «Гастрономічна мапа Одеси» тощо), що дозволить вийти за рамки обмежень Instagram.

Спецвипуски та офлайн-колаборації: Створення спільних медійних проєктів, тематичних спецвипусків та гайдів у колаборації з українськими брендами, ресторанами локальної кухні або масштабними культурними подіями (такими як Ukrainian Fashion Week, Книжковий Арсенал, фестивалі урбаністики). Це забезпечить не лише прямий інтерактивний діалог з аудиторією, а й розширить медійне охоплення проєкту на національному рівні.

Таким чином, «Traces of the World» постає як авторський медіапроєкт із потужною концептуальною базою, гнучким цифровим форматом та високим потенціалом до масштабування в успішне конвергентне медіа.

2.6. Особливості аудиторії

Аудиторія цифрового проєкту «Traces of the World» — це переважно молоді, активні мешканці великих міст та обласних центрів України (Київ, Львів, Одеса, Чернівці тощо), які щиро зацікавлені у сферах культури, історії, урбаністики, кінематографа та сучасних медіа. Основний віковий діапазон ядра аудиторії становить від 18 до 35 років. Переважно це студенти гуманітарних та творчих спеціальностей, молоді фахівці, маркетологи, дизайнери, айтівці та представники креативних індустрій, які свідомо шукають у соціальних мережах

не примітивний розважальний, а глибокий інтелектуальний та естетично оформлений контент.

У гендерному розрізі проєкт є абсолютно безбар'єрним та інклюзивним. Автор не орієнтується виключно на жіночу чи чоловічу аудиторію. Завдяки гармонійному поєднанню найрізноманітніших тем — від прикладних гастрономічних розборів, порад зі стилістики та трендів маскультури до глибоких економічних розслідувань (феномен парцування, аналіз маркетплейсів), урбаністики, архітектури міських фасадів та політичного виміру культури — проєкт однаково ефективно залучає та утримує увагу як чоловічої, так і жіночої частини підписників.

Психографічний портрет аудиторії характеризує цих людей як представників «цифрового покоління» з вираженим кліповим мисленням, але з високим рівнем критичного аналізу. Вони цінують свій час, споживають контент «на ходу», проте висувають високі вимоги до візуальної ергономіки та дизайну. Вони поважають інтелектуальність, самоосвіту та етичність.

Оскільки «Traces of the World» є нішевим, концептуальним проєктом, взаємодія з аудиторією будується на принципах горизонтальної комунікації та партисипації. Читачі не просто пасивно скролять стрічку, вони активно взаємодіють із проєктом: зберігають аналітичні каруселі в закладки (що є головним маркером корисності), залишають розгорнуті коментарі під інтерв'ю, беруть участь у голосуваннях в Stories та безпосередньо впливають на вибір тем для наступних публікацій медіа.

У перспективі планується планомірне розширення та масштабування аудиторії через вихід на інші платформи (TikTok, PDF-сервіси), залучення іноземного (англомовного) сегменту користувачів завдяки дублюванню ключових тез каруселей англійською мовою, а також через системне партнерство з прогресивними українськими брендами та масштабними урбаністичними та культурними хабами. Це доводить, що аудиторія проєкту є динамічною, креативною та має високий потенціал до якісного та кількісного зростання.

РОЗДІЛ III

ТЕХНІЧНІ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ

Створення конкурентоспроможного культурно-просвітницького медіапроєкту в соціальній мережі Instagram вимагає залучення широкого спектра сучасних програмних засобів та мобільних застосунків. Специфіка концепції Edutainment та орієнтація на молодіжну аудиторію (18–35 років) зумовлюють високі вимоги не лише до змістовного текстового наповнення, а й до візуальної ергономіки, динаміки монтажу та швидкості створення контенту.

Для реалізації проєкту «Traces of the World» було обрано стратегію мобільного журналізму (MoJo — Mobile Journalism) та концепцію використання кросплатформних хмарних графічних редакторів. Такий підхід дозволив забезпечити максимальну гнучкість, автономність автора та високу швидкість реагування на запити аудиторії без втрати якості фінального медіапродукту. Усі технічні та програмні засоби, залучені під час створення проєкту, можна класифікувати за чотирма функціональними блоками:

- Засоби графічного дизайну та створення макетів мультимедійних каруселей.
- Програмне забезпечення для мобільного відеомонтажу та роботи зі звуком (Reels/Shorts).
- Технології штучного інтелекту та нейромережевого редагування зображень.
- Допоміжні цифрові сервіси та державні цифрові інфраструктури для інтеграції локального контексту.

Основним інструментом для розробки унікальної візуальної айдентики, архітектоніки слайдів та верстки аналітичних каруселей у форматі 4:5 став хмарний графічний редактор Canva. Вибір цього програмного забезпечення зумовлений такими технологічними перевагами:

Ергономіка робочого простору: Canva надає можливість створення індивідуальних бренд-кітів (Brand Kits), що дозволило зафіксувати унікальну колірну палітру проєкту (енергійний помаранчевий, бірюзово-зелений, теплий жовтий) та набір шрифтів-гротесків для забезпечення візуальної цілісності сітки профілю.

Робота з векторною та растровою графікою: Інструментарій платформи дозволив створювати складні багат шарові композиції, комбінувати живі фотографії архітектури міст із flat-ілюстраціями, застосовувати ефекти дуотону та накладання тіней, що сформувало поп-артовий стиль медіа.

Інструменти автоматизації: Використання сіток (grids) та лінійок вирівнювання забезпечило суворе дотримання пропорцій та модульної сітки, що імітує професійну журнальну верстку. Функція інтелектуального видалення фону (Background Remover) дала змогу оперативно створювати PNG-об'єкти з чіткою білою та чорною обводкою для колажних елементів, які використовуються в авторських колонках та гастрономічних оглядах.

Як допоміжний інструмент для швидкої підготовки растрових зображень, корекції експозиції та кадрювання фотографій архітектури (для дописів про Львів та Чернівці) використовувався мобільний редактор Adobe Lightroom Mobile, що дозволив збалансувати колірну температуру знімків перед їх імпортом у графічні макети.

Для створення динамічного відеоконтенту (формату Reels), який є головним інструментом органічного просування проєкту «Traces of the World» в Instagram та залучення холодної аудиторії, було задіяно спеціалізоване програмне забезпечення для нелінійного відеомонтажу.

- CapCut (мобільна та десктопна версії): Цей застосунок став базовим технологічним майданчиком для зведення відеорядів. Інструментарій CapCut дозволив реалізувати:

Багатодоріжковий монтаж (Multi-track editing) для поєднання відеоматеріалів міських локацій, стоп-кадрів із фільмів та графічних вставок.

Використання динамічних переходів (transitions) та ефектів Keyframe (ключових кадрів) для створення плавного руху колажних елементів у кадрі, що підтримує естетику Edutainment.

Роботу з аудіо: очищення звуку від шумів, накладання трендів музичного супроводу та синхронізацію відеоряду з аудіосигналами (Beat sync).

- InShot: Використовувався як додатковий експрес-редактор для швидкої адаптації форматів відео (переведення з горизонтального 16:9 у вертикальний 9:16), накладання базових колірних фільтрів, регулювання швидкості відтворення (Speed ramping) та додавання швидких текстових плашок безпосередньо у мобільних умовах.
- Verba (застосунок для субтитрування): Оскільки значна частина аудиторії соціальних мереж споживає відеоконтент без увімкненого звуку, критично важливою технічною потребою став якісний текстовий супровід. Застосунок Verba на основі інтегрованих алгоритмів розпізнавання мовлення автоматично генерував точні текстові субтитри для розмовних Reels автора. Інструменти програми дозволили кастомізувати шрифти, колір та анімацію появи слів, синхронізуючи їх із фірмовим стилем проєкту «Traces of the World».

Сучасний етап розвитку медіакомунікацій характеризується активним впровадженням генеративного штучного інтелекту у процеси медіавиробництва. У проєкті «Traces of the World» ШІ-технології виконували оптимізаційну та художню функції.

FaceApp та ШІ-редактори зображень: Використовувалися для делікатної стилізації авторських фотографій та портретів героїв інтерв'ю (зокрема у TALK Series). Інструменти нейромережевої обробки дозволили скоригувати освітлення (наприклад, ефект студійного світла для знімків, зроблених за несприятливих погодних умов у міському просторі), покращити чіткість текстур (Up-scaling) та адаптувати портрети під загальну яскраву і контрастну візуальну стилістику профілю. Це допомогло створити привабливі та професійні обкладинки для блоку інтерв'ю.

Генеративні мовні моделі (як допоміжний аналітичний засіб): Застосовувалися автором для первинного структурування великих обсягів історико-культурної інформації, пошуку цікавих міжкультурних паралелей та оптимізації текстових підписів під каруселями (корекція довжини тексту відповідно до лімітів Instagram у 2200 знаків, розстановка релевантних хештегів та ключових слів для SEO-оптимізації всередині соцмережі).

- Цифрові сервіси аналітики (Instagram Insights, Meta Business Suite): Застосовувалися для моніторингу технічних показників ефективності проєкту. Вони дозволили відстежувати коефіцієнт залученості аудиторії (ER — Engagement Rate), кількість збережень та репостів, географію та віковий розподіл підписників. Ці дані стали технічною основою для коригування сітки виходу контенту та оптимізації візуальних рішень у наступних публікаціях.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній бакалаврській роботі здійснено комплексне теоретичне обґрунтування та практичну реалізацію авторського цифрового культурно-просвітницького медіапроєкту «Traces of the World» в соціальній мережі Instagram. Проведене дослідження та етапи розробки інформаційного продукту дозволяють сформулювати такі підсумкові висновки:

Трансформація медіапростору та актуальність *slow media*. Аналіз сучасного стану соціокомунікативної сфери засвідчив стрімку трансформацію споживчих звичок аудиторії під впливом глобальної діджиталізації. Попри кризу традиційних новинних платформ та виникнення хронічної інформаційної втоми (*news fatigue*) серед молоді, запит на інтелектуальний контент не зник, а трансформувався. Це зумовило актуальність концепції *slow media* (повільних медіа) та технології *microlearning* (мікронавчання), які пропонують усвідомлене, дозоване та якісне споживання інформації. Соціальні мережі, зокрема Instagram, перетворилися з суто розважальних майданчиків на повноцінне середовище для нішевих інтелектуальних проєктів.

Концептуальна новизна проєкту «Traces of the World». Встановлено, що на українському медіаринку існує дефіцит поп-культурних цифрових медіа, які б досліджували взаємопроникнення локального та глобального контекстів через призму повсякденного життя суспільства. Авторський проєкт «Traces of the World» успішно заповнює цю нішу, базуючись на філософії *Everyday Nation Branding* (повсякденного культурного брендингу). Оригінальність проєкту полягає у відмові від сухого, відірваного від реальності академізму на користь дослідження культури, урбаністики та історії через звичні для людини об'єкти: гастрономію (цикл «Світ на тарілці»), архітектурні фасади українських міст, кінематограф (вплив платформи Netflix) та лінгвістичні трансформації.

Жанрово-структурна гібридизація цифрово журналу. Медіапроєкт реалізовано як гібридне конвергентне медіа, що поєднує архітектоніку та глибину традиційної журнальної періодики з динамікою та інтерактивністю соціальних мереж. Структура першої серії публікацій включає 7 комплексних

аналітичних матеріалів (каруселей), розмовні та динамічні відеоформати (Reels), а також ексклюзивну серію глибоких інтерв'ю (TALK Series). Жанрова палітра є збалансованою і охоплює аналітичні статті, соціокультурні огляди, інтерв'ю-діалоги та авторські публіцистичні есеї, що дозволяє всебічно розкривати тему і утримувати увагу аудиторії.

Естетика та візуальний код Edutainment. Візуальне оформлення проєкту розроблене відповідно до світових стандартів мікромедіа (на кшталт i-D та Dazed) та підпорядковане концепції навчання через розвагу (Edutainment). Використання вертикального журнального формату слайдів 4:5 (1080x1350 пікселів) дозволило оптимізувати простір екрана смартфона для вдумливого читання текстових блоків. Авторська колористика, заснована на контрасті енергійного помаранчевого, бірюзово-зеленого та теплого жовтого кольорів, забезпечує високу впізнаваність бренду у стрічці новин, а колажна обробка зображень та поєднання живих фото з flat-ілюстраціями підкреслюють сучасний поп-артовий стиль видання.

Технологічний стек та мобільний журналізм (MoJo). Практичне втілення проєкту підтвердило ефективність інструментів мобільного журналізму для створення якісного нішевого продукту. Завдяки залученню хмарного графічного редактора Canva, мобільних платформ для нелінійного відеомонтажу CapCut та InShot, ШІ-застосунку для нейромережевої обробки портретів FaceApp та програми автоматизованого субтитрування Verba, було досягнуто високої технічної якості контенту при збереженні автономії та гнучкості виробничого процесу.

Аудиторія та перспективи масштабування. Проєкт орієнтований на урбаністичну, креативну та безбар'єрну молодіжну аудиторію віком 18–35 років. Моніторинг показників ефективності (Instagram Insights) продемонстрував високий рівень залученості користувачів, що підтверджує правильність обраної комунікаційної стратегії. Розроблена програма розвитку проєкту передбачає його масштабування на платформу TikTok, створення розширених цифрових

PDF-гідів, а також запуск тематичних спецвипусків у колаборації з українськими брендами та масштабними культурними подіями.

Створений медіапроект «Traces of the World» довів свою життєздатність та високу конкурентоспроможність, продемонструвавши, що цифрова журналістика в соціальних мережах може і повинна бути змістовним, інтелектуальним простором, який стимулює критичне мислення суспільства та популяризує соціокультурні цінності України у глобальному світі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бутиріна М. В. Технології мікронавчання (Microlearning) як відповідь медіа на когнітивні зміни аудиторії. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2022. № 1 (49). С. 34–41.
2. Громадянська мережа ОПОРА. Джерела отримання інформації для українців в умовах повномасштабної війни: соціологічне дослідження (травень-червень 2024). Київ, 2024. URL: <https://oporaua.org>
3. Грицак Я. Нарис історії України: формування модерної української нації XIX–XX століття. Київ, 2019. 312 с.
4. Грицак Я. Подолати минуле: глобальна історія України. Київ: Портал, 2021. 416 с.
5. Житарюк М. Г. Соціокультурні функції мас-медіа в умовах глобалізації. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2019. Вип. 45. С. 12–19.
6. Осадча К. П. Феномен Edutainment у сучасній структурі соціальних media-платформ. *Інформаційні технології і засоби навчання*. 2020. Т. 76, № 2. С. 244–257.
7. Ukraïner. URL: https://www.instagram.com/ukraïner_net/
8. Офіційний Instagram-профіль цифрової ініціативи «Спадщина». URL: <https://www.instagram.com/spadshchyna/>
9. Сайт виставки Ван Гога в Києві. URL: <https://vangogh.kyiv.ua/>
10. Donttakefake. URL: <https://donttakefake.com>
11. Elle Ukraine. URL: <https://elle.ua>
12. Vogue Ukraine. URL: <https://vogue.ua>
13. Liroom. URL: <https://liroom.com.ua>
14. Rap.ua. URL: <https://rap.ua>
15. ЛУХ. URL: <https://slukh.media>
16. Почепцов Г. Г. Від покемонів до гібридних воєн: нові комунікативні технології. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2018. 256 с.

17. Спадщина архітектора Липки у Львові: іст. довідка. *Мани Львова: статті*. URL: <https://map.lviv.ua/statti/lypka.html>
18. Центр міської історії Центрально-Східної Європи: офіційний веб-ресурс. URL: <https://www.lvivcenter.org>
19. Шевченко В. Е. Трансформація візуального контенту культурно-просвітницьких медіа. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2021. Т. 74. С. 85–98.
20. Billboard. URL: <https://billboard.com>
21. Center for Information, Technology, and Public Life (CITAP). Information Overload and Digital Well-being Study. University of North Carolina at Chapel Hill, 2023. URL: <https://citap.unc.edu>
22. IMDb. URL: <https://imdb.com>
23. Netflix. URL: <https://netflix.com>
24. NME. URL: <https://nme.com>
25. Pinterest. URL: <https://www.pinterest.com/>
26. Reuters Institute for the Study of Journalism. Digital News Report 2024. Oxford University, 2024. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024>
27. Rolling Stone. URL: <https://rollingstone.com>
28. The Atlantic. URL: <https://theatlantic.com>
29. The Guardian. URL: <https://theguardian.com>
30. Variety. URL: <https://variety.com>
31. Volcic Z., Andrejevic M. Nation Branding and Social Media: Everyday Practices of Cultural Representation. New York: Routledge, 2020. 218 p.
32. Vox. URL: <https://vox.com>

ДОКУМЕНТАЦІЯ

Тексти авторських матеріалів цифрового культурно-просвітницького медіапроєкту «Traces of the World»

1. Світ між рядками: як глобальна культура впливає на українську літературу

Українська література завжди розвивалась у діалозі зі світом. Ще у ХІХ столітті українські автори орієнтувалися на європейські течії - романтизм, реалізм, модернізм. Леся Українка надихалася античною культурою та європейською драматургією, а Микола Хвильовий прямо говорив про потребу "психологічної Європи" для української культури. Один із головних впливів - американська та британська література. Від них українські автори переймають динамічний стиль письма, просту, "живу" мову, фокус на внутрішніх переживаннях героя та урбаністичну атмосферу. Особливо це помітно у сучасній прозі та молодіжній літературі. Європейська література вплинула на українських авторів через глибокий психологізм і складні теми. Наприклад, Софію Андрухович часто порівнюють із сучасними європейськими письменниками через багатопланові тексти, увагу до пам'яті, травми та особистої ідентичності. Українська література дедалі більше стає частиною спільного європейського культурного контексту. Японська культура також впливає на сучасне письмо. Популярність Харукі Муракамі в Україні сформувала інтерес до: атмосфери самотності повільної оповіді мінімалізму внутрішніх монологів У багатьох сучасних українських текстах з'являється ця "тиха" емоційність і увага до деталей. Окремий вплив - глобальна попкультура та медіа. Netflix, музика, соцмережі, ТікТок, кінематограф і цифрова культура змінюють сам спосіб написання текстів. Сучасна українська література стає більш візуальною, швидкою та емоційною - такою, що легко "перекладається" для міжнародної аудиторії. Але вплив працює в обидві сторони. Світ теж починає читати Україну. Книги Сергія Жадана, Андрія Куркова, Оксани Забужко та Софії Андрухович перекладаються десятками мов і стають частиною глобального літературного процесу. Українські історії більше не залишаються лише всередині країни. Після

2022 року інтерес до української літератури у світі значно виріс. Іноземні видавництва активніше перекладають українських авторів, а міжнародні фестивалі відкривають українську культуру новій аудиторії. Українська література сьогодні - це вже не "локальне явище", а голос країни у світовому культурному просторі.

2. Світ у словах: як глобалізація змінює українську мову

Мова ніколи не існує окремо від світу. Вона постійно змінюється разом із людьми, технологіями, культурою й самим способом життя. Саме тому сьогодні українська мова звучить інакше, ніж десять чи двадцять років тому - швидше, глобальніше й набагато змішаніше. Глобалізація найбільше помітна не в підручниках, а в повсякденному мовленні. Ми майже не помічаємо, як використовуємо слова, що прийшли з англійської чи інших мов, адаптуємо їх до української граматики й поступово робимо "своїми". Наприклад, слово "кринж" походить від англійського *cringe*, але в українському середовищі воно давно стало частиною молодіжного сленгу. Те саме відбулося зі словами "рофл", "вайб", "донат", "флексити", "чатитись", "зумер", "краш". Більшість із них уже живе за правилами української мови: ми додаємо закінчення, змінюємо форми, будуємо нові слова. Особливо цікаво спостерігати за тим, як глобальний цифровий простір впливає на саму структуру мовлення. Соцмережі, TikTok, Instagram і YouTube створили нову швидку мову коротких сенсів, мемів і гібридних фраз. Українська молодь може в одному реченні поєднувати англійські слова, українську граматику й інтернет-культуру - і це вже сприймається абсолютно природно. Але глобальний вплив проявляється не лише через сленг. Частина міжнародних слів приходить разом із новими явищами, яких раніше просто не існувало в українському контексті. "Стартап", "брендинг", "контент", "дедлайн", "нетворкінг" - це не просто модні слова, а ознака того, що українське суспільство інтегрується у глобальний професійний і культурний простір. Водночас українська мова не копіює світ механічно. Вона адаптує його під себе. Саме тому багато іншомовних слів отримують українське звучання й починають жити за локальними мовними правилами. Ми кажемо "задонатити",

"заскринити", "забустити" - і це вже приклад того, як глобальне стає локальним навіть на рівні словотворення. Цей процес часто викликає суперечки. Для когось велика кількість англіцизмів - загроза для мови, а для когось - природний етап її розвитку. Але незалежно від ставлення очевидно одне: мова дуже точно показує, як змінюється суспільство.

3. Як світ будував Львів?

МІСТО НА ПЕРЕТИНІ КУЛЬТУР

Львів часто називають "найбільш європейським містом України". Але його архітектура - це не просто красиві фасади. Це результат століть культурних взаємодій, впливів та історичних змін. Львів виник як важливий торговельний центр між Сходом і Заходом. Через місто проходили торгові шляхи, які поєднували Україну з Польщею, Австрією, Вірменією, Німеччиною та іншими країнами Європи. Саме тому Львів із самого початку формувався як багатокультурний простір.

Польський період

У XIV столітті Львів увійшов до складу Польського королівства. Саме тоді місто почало активно розвиватися за європейськими принципами міського планування. З'являються: ринкова площа, вузькі вулиці, кам'яниці, католицькі храми, міські укріплення. Львів дедалі більше нагадував міста Центральної Європи.

Ренесанс і європейська архітектура

У XVI-XVII століттях до Львова приїжджали архітектори та майстри з Італії, Польщі, Німеччини та Австрії. Саме вони принесли в місто ренесансну архітектуру: симетрію, арки, внутрішні дворики та декоративні фасади. Так Львів почав формувати власний архітектурний стиль - змішаний, багат шаровий і дуже європейський.

Австро-Угорський Львів

У XVIII-XIX століттях Львів опинився у складі Австро-Угорської імперії. Цей період став одним з найважливіших для розвитку міста: з'являються театри,

банки, готелі, адміністративні будівлі, електричне освітлення, трамвай. Львів перетворюється на модерне європейське місто.

Архітектура як відображення епох

У Львові можна побачити одразу кілька архітектурних стилів:

- готику
- бароко
- ренесанс
- класицизм
- модерн
- конструктивізм

Саме ця багатозаровість робить місто унікальним.

Місто, яке зберегло історію

Історичний центр Львова сьогодні входить до списку світової спадщини ЮНЕСКО. Місто стало прикладом того, як архітектура може зберігати пам'ять про культурні взаємозв'язки та історичні процеси. Львів показує, що українська культура ніколи не існувала ізольовано. Вона формувалася через постійний діалог зі світом — і архітектура є одним із найкращих доказів цього.

4. Історія Львова у фасадах

Польський вплив

Площа Ринок

Саме польський період суттєво сформував центральну частину Львова. Площа Ринок була створена за принципами європейського середньовічного міського планування, характерного для польських міст XIV-XV століть.

Стиль:

- ренесанс
- готика
- бароко

Характерні риси:

- вузькі фасади

- внутрішні дворики
- кам'яниці
- симетрія забудови

Італійський вплив

Чорна кам'яниця

У XVI столітті до Львова приїжджали італійські архітектори та майстри, які принесли ренесансну архітектуру. Чорна кам'яниця - один із найвідоміших прикладів.

Австрійський вплив

Львівська опера

Період Австро-Угорщини сильно змінив вигляд Львова. Саме тоді місто стало схожим на Відень або Краків. Львівська опера - приклад цієї епохи. Стилі: неоренесанс та бароко. Для цього періоду характерні: масштабність, декоративність та монументальність будівель.

Вірменський вплив

Вірменський собор

Вірменська громада була однією з найважливіших у Львові ще з середньовіччя.

Вірменський собор поєднує:

- східні мотиви
- візантійські елементи
- традиції вірменської сакральної архітектури

Австрійський модерн

Будинок вчених

Колишнє дворянське казино, створене австрійськими архітекторами Фельнером і Гельмером.

Стиль:

- модерн
- необароко

Будівля демонструє:

- складну дерев'яну архітектуру
- декоративні сходи
- європейську естетику кінця ХІХ століття

Німецький вплив

Львівська забудова ХІХ століття

Німецькі архітектори та інженери також впливали на розвиток міста під час Австро-Угорської імперії.

Саме тоді у Львові активно розвиваються:

- адміністративні будівлі
- банки
- готелі
- міська інфраструктура

Стиль:

- класицизм
- Історизм

Єврейський Львів

Простір культурного співіснування

До Другої світової війни Львів був одним із головних центрів єврейської культури у Східній Європі.

Єврейська громада формувала:

- торговий простір
- міське життя
- архітектуру окремих районів

Сьогодні це важлива частина культурної пам'яті міста.

5. Світ на тарілці: Японія в Києві

Як Японія з'явилася в Україні?

Японська кухня в Україні почалася із суши-буму 2000-х. Але сьогодні це вже значно більше: рамен-бари, matcha-десерти, izakaya-формати й культура мінімалізму. Київ став містом, де японська гастрономія не просто з'явилась - а адаптувалась.

Чому вона «зайшла»?

Японська кухня ідеально вписалась у ритм великого міста: швидко, але якісно, красиво, але просто, легко, але ситно, сучасно, але з традицією. І якщо чесно - ми теж це любимо.

Де відчутти Японію в Києві?

- Menu Musashi – один із найпопулярніших ramen spots
- Fujiwara Yoshi — більш автентичний японський формат
- Sushi Master / Євразія / Murakami – масова адаптація японської кухні
- Matcha cafes / Asian bakeries - новий рівень японського вайбу

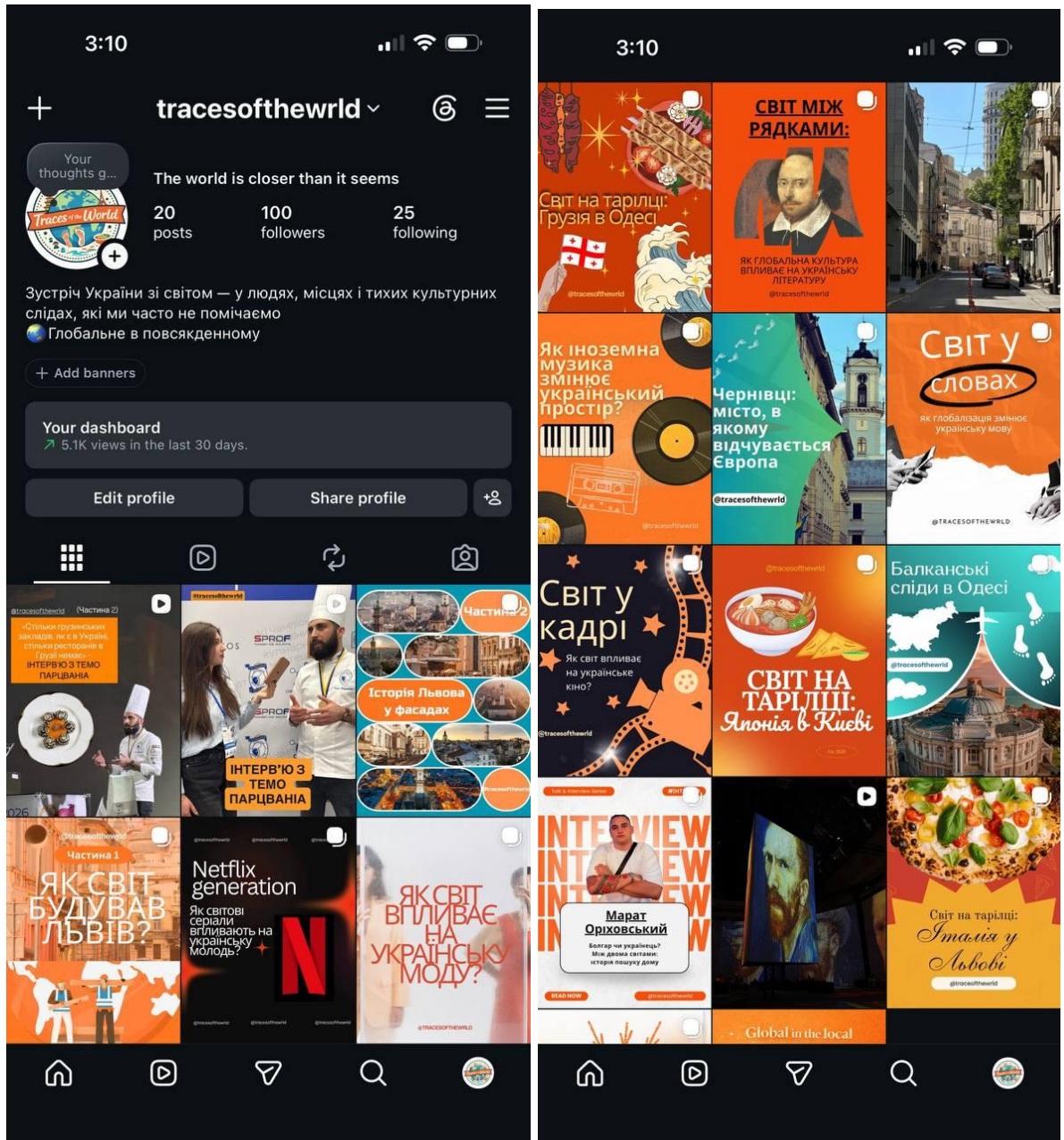
У Японії суші — не щоденна їжа "на кожен день", як багато хто думає. А в Україні вони стали майже універсальним comfort food. Ось так культура змінюється в новому контексті. Японія в Києві — це вже не "щось екзотичне". Це частина міського життя, яка стала локальною.

Посилання на медіапроект «Traces of the World»:

<https://www.instagram.com/tracesofthewrld/>

ДОДАТКИ

Додаток А



АНОТАЦІЯ

Погребняк Л. Т. Створення цифрового культурно-просвітницького медіапроєкту «Traces of the World» в Instagram

Ключові слова: цифрові медіа, Instagram, мікромедіа, соціокультурна журналістика, урбаністика, поп-культура, slow media, edutainment, конвергентність, мобільний журналізм.

Кваліфікаційна бакалаврська робота присвячена створенню авторського цифрового культурно-просвітницького медіапроєкту «Traces of the World» у соціальній мережі Instagram, який досліджує глобальні міжкультурні зв'язки України зі світом через призму повсякденного життя соціуму. В теоретичній частині пояснювальної записки проаналізовано трансформацію сучасного медіапростору в епоху масової діджиталізації, зростання ролі філософії slow media та технологій microlearning, які протистоять хаотичному й поверхневому інформаційному споживанню в соцмережах.

Практична частина включає розробку, візуальне оформлення та поетапну реалізацію серії публікацій цифрового видання «Traces of the World». Матеріали скомпоновані у форматі мультимедійних каруселей вертикального формату 4:5 з унікальною поп-артовою айдентикою, фірмовою кольоровою гамою та авторськими тематичними рубриками: гастрономічним циклом «Світ на тарілці» (Грузія в Одесі, Японія в Києві, Італія у Львові), архітектурно-урбаністичним блицом (Львів, Чернівці, Одеса), маскультурними дослідженнями («Netflix generation», «Вплив глобальних трендів на моду та кіно») та ексклюзивною серією інтерв'ю «TALK & Interview Series».

Видання є гібридним медіапродуктом, що поєднує глибокі аналітичні лонгріди журналу з інтерактивними інструментами соціальних платформ (Stories, Reels) на засадах концепції Edutainment. Робота демонструє, що соціокультурна журналістика в Instagram має високий потенціал розвитку та конкурентоспроможності на медіаринку, якщо вона спрямована на змістовну глибину, критичне мислення та високу якість візуального сторітелінгу з використанням інструментів мобільного журналізму.

ANNOTATION

Pohrebniak L.T. Creation of the digital cultural and educational media project "Traces of the World" on Instagram.

Keywords: digital media, Instagram, micromedia, sociocultural journalism, urbanism, pop culture, slow media, edutainment, convergence, mobile journalism.

The bachelor's thesis is dedicated to the creation of the author's digital cultural and educational media project "Traces of the World" (@tracesofthewrld) on the Instagram social network, which explores global intercultural connections of Ukraine with the world through the prism of everyday social life. The theoretical part of the explanatory note analyzes the transformation of the modern media landscape in the era of mass digitalization, the growing role of the slow media philosophy, and microlearning technologies that counter chaotic and superficial information consumption in social networks.

The practical part includes the development, visual design, and step-by-step implementation of a series of publications for the digital edition "Traces of the World". The materials are arranged in the format of multimedia carousels with a vertical 4:5 layout, featuring a unique pop-art identity, a signature color palette, and the author's thematic sections: the gastronomic cycle "World on a Plate" (Georgia in Odesa, Japan in Kyiv, Italy in Lviv), the architectural and urban blitz (Lviv, Chernivtsi, Odesa), mass culture studies ("Netflix generation", "The impact of global trends on fashion and cinema"), and the exclusive "TALK & Interview Series".

The publication is a hybrid media product that combines the profound analytical longreads of a magazine with the interactive tools of social platforms (Stories, Reels) based on the Edutainment concept. The thesis demonstrates that sociocultural journalism on Instagram possesses a high potential for development and competitiveness in the media market, provided it focuses on substantial depth, critical thinking, and a high quality of visual storytelling using mobile journalism tools.