

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Факультет журналістики

Кафедра міжнародної журналістики

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему: **Ментальне здоров'я молоді у кризових умовах: створення та просування авторського інстаграм-проєкту**

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
Шиндюк Анни-Кароліни Віталіївни

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

Науковий керівник: Чернявський С.В.
старший викладач кафедри

(підпис студента)

(ініціали, прізвище)

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Допускаю до захисту перед ЕК

Голова комісії

В.І. Терещук
завідувач кафедри
міжнародної журналістики

(підпис)

(ініціали, прізвище)

Члени комісії

(підпис)

(ініціали, прізвище)

(підпис)

(ініціали, прізвище)

(підпис)

(ініціали, прізвище)

м. Київ – 2026 рік

Зміст

ВСТУП	3
РОЗДІЛ I ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ	6
РОЗДІЛ II СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ	9
2.1. Обґрунтування інформаційного проєкту	9
2.2. Структура проєкту	11
2.3. Жанрова палітра	13
2.4. Зображальний матеріал та особливості оформлення	15
2.5. Авторська ідея	17
2.6. Особливості аудиторії	19
РОЗДІЛ III ТЕХНІЧНІ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ	22
3.1. Технічні засоби створення медіапроєкту «AK22.voice.media»	22
3.2. Програмне забезпечення, використане під час створення проєкту	23
3.3. Особливості створення та адаптації контенту для «Instagram»	24
ВИСНОВКИ	27
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	30
ДОКУМЕНТАЦІЯ	31
АНОТАЦІЯ	40
ANNOTATION	41

ВСТУП

Актуальність вибору теми. У сучасному інформаційному середовищі соціальні мережі стали невід'ємною частиною життя молоді та одним із головних джерел отримання інформації. «Засіб комунікації — це і є повідомлення. Особисті та соціальні наслідки будь-якого медіа визначаються новим масштабом, який воно вносить у наше повсякденне життя»²⁰. Саме через «Instagram», «TikTok» та інші цифрові платформи молоді люди щодня взаємодіють із новинами, суспільними темами та великою кількістю візуального контенту.

Водночас постійний інформаційний потік, високий рівень емоційного навантаження та кризові умови суттєво впливають на психоемоційний стан молодого покоління.

Особливо актуальною тема ментального здоров'я стала в умовах повномасштабної війни в Україні. Молодь постійно перебуває у стані інформаційного напруження, стикається з тривожністю, емоційним виснаженням та інформаційною втомою. У таких умовах виникає потреба у створенні сучасних медіапроектів, які б не лише інформували аудиторію, а й формували більш комфортний інформаційний простір.

Саме тому створення авторського «Instagram»-проекту «AK22.voice.media» є актуальним і суспільно важливим. Проект присвячений темі ментального здоров'я молоді у кризових умовах та спрямований на висвітлення проблем емоційного виснаження, інформаційного перевантаження та впливу соціальних мереж на психологічний стан людини.

Користь від ознайомлення з медіапроектом полягає у приверненні уваги молоді до теми психоемоційного стану, формуванні більш уважного ставлення до власного ментального здоров'я та популяризації культури психологічної підтримки у соціальних мережах. Проект також демонструє можливість використання Instagram не лише як розважальної платформи, а і як простору для створення соціально важливого контенту.

Мета та завдання кваліфікаційної бакалаврської роботи. Метою кваліфікаційної бакалаврської роботи є дослідження особливостей висвітлення теми ментального здоров'я молоді у соціальних мережах та створення авторського «Instagram»-проєкту «AK22.voice.media», присвяченого психоемоційному стану молоді у кризових умовах.

Для досягнення поставленої мети визначено такі завдання:

- дослідити особливості сучасного інформаційного середовища та його вплив на молодь;
- проаналізувати роль соціальних мереж у формуванні сучасної медіакомунікації;
- визначити особливості візуальної комунікації в «Instagram»;
- проаналізувати сучасні медіапроєкти, присвячені темі ментального здоров'я;
- розробити концепцію авторського «Instagram»-проєкту «AK22.voice.media»;
- створити візуальне оформлення та контент медіапроєкту;
- дослідити особливості взаємодії з молодіжною аудиторією у соціальних мережах.

Об'єкт та предмет дослідження. Об'єктом дослідження є медіакомунікація у соціальних мережах в умовах сучасного інформаційного середовища.

Предметом дослідження є особливості висвітлення теми ментального здоров'я молоді у форматі авторського «Instagram»-проєкту, а також способи візуальної та текстової комунікації з молодіжною аудиторією.

Методи дослідження. У процесі виконання кваліфікаційної бакалаврської роботи були використані такі методи дослідження:

- метод аналізу-для дослідження сучасного медіасередовища та особливостей контенту у соціальних мережах;
- метод порівняння-для аналізу подібних медіапроєктів, присвячених темі ментального здоров'я;
- метод спостереження -для вивчення реакції аудиторії на різні формати контенту;
- описовий метод-для характеристики структури та особливостей авторського

медіапроєкту;

-метод візуального аналізу-для дослідження оформлення «Instagram»-контенту та візуальної комунікації;

-практичний метод-під час створення Instagram-проєкту «AK22.voice.media», розробки контенту та оформлення сторінки.

Структура роботи.Творчий проєкт поділяється на дві частини: теоретичної, у якій обґрунтовується необхідність створення медіапроєкту, аналізуються особливості сучасної медіакомунікації та висвітлення теми ментального здоров'я у соціальних мережах, а також практичного додатку-матеріалів, що супроводжували створення авторського «Instagram»-проєкту «AK22.voice.media».

Практична частина містить приклади публікацій, візуальне оформлення сторінки, структуру контенту та елементи комунікації з аудиторією.

РОЗДІЛ I

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ МЕДІАПРОЄКТУ ПРО МЕНТАЛЬНЕ ЗДОРОВ'Я МОЛОДІ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

У сучасному медіапросторі соціальні мережі стали одним із головних каналів комунікації та поширення інформації серед молоді. Саме через цифрові платформи сучасне покоління отримує новини, формує власні погляди, взаємодіє з іншими користувачами та сприймає соціально важливі теми.

Особливе місце у цьому процесі займає «Instagram»-платформа, яка поєднує візуальний контент, короткий формат подачі інформації та постійну взаємодію з аудиторією. У зв'язку з цим «Instagram»дедалі частіше використовується не лише як розважальна соціальна мережа, а і як повноцінний медіамайданчик для створення авторських журналістських проєктів.

У кризових умовах роль соціальних мереж у житті молоді суттєво зростає. Повномасштабна війна, постійне інформаційне навантаження, соціальна нестабільність та психологічне напруження значно впливають на емоційний стан людини. Молодь особливо гостро реагує на зміни інформаційного середовища, адже саме ця аудиторія проводить значну частину часу в соціальних мережах та постійно взаємодіє з цифровим контентом. Через це тема ментального здоров'я у сучасних медіа стає не лише актуальною, а й суспільно важливою.

Сучасні дослідники медіакомунікації зазначають, що соціальні мережі вже давно перестали бути лише платформою для особистого спілкування. Вони перетворилися на простір формування суспільних настроїв, поширення соціально значущої інформації та створення нових форматів журналістики. Особливістю сучасного медіаспоживання є перевага короткого, візуально адаптованого контенту, який швидко сприймається аудиторією та викликає емоційну реакцію.

Водночас сучасний інформаційний простір створює й низку проблем. Постійний потік новин, перенасичення контентом та високий рівень

емоційного навантаження часто призводять до інформаційної втоми, тривожності та психологічного виснаження. Особливо це стосується молоді, яка постійно перебуває у цифровому середовищі та стикається з великою кількістю інформації щодня. Саме тому в сучасній медіасфері зростає потреба у створенні контенту, який не лише інформує, а й сприяє формуванню більш комфортного інформаційного середовища.

Однією з важливих особливостей сучасних медіапроектів є поєднання журналістики, візуальної культури та емоційної комунікації. У межах соціальних мереж інформація дедалі частіше подається через поєднання тексту, графічних елементів, кольору та композиції. Саме тому візуальна складова стає не менш важливою, ніж зміст публікацій. Для молодіжної аудиторії значення мають не лише тематика контенту, а й стиль оформлення, атмосфера сторінки та емоційне сприйняття матеріалу.

У сучасній медіасфері вже існує значна кількість проектів, присвячених темі психології та ментального здоров'я. Це можуть бути «Instagram»-блоги психологів, інформаційні сторінки про «self-care», мотиваційні акаунти або тематичні медіаплатформи. Проте багато з них мають спільні недоліки: надмірну кількість шаблонного контенту, перевантаження інформацією або використання емоційного тиску для привернення уваги аудиторії.

Крім того, значна частина подібного контенту подається або занадто професійно й складно для молоді аудиторії, або навпаки-поверхнево та без достатнього змістового наповнення. У результаті молодь часто не отримує зрозумілого та емоційно комфортного інформаційного простору, де важливі психологічні теми можна було б сприймати без додаткового інформаційного тиску.

Саме аналіз сучасного медіасередовища став основою для створення авторського «Instagram»-проекту «AK22.voice.media». Його концепція базується на поєднанні соціально важливої тематики, сучасної візуальної естетики та адаптації контенту до особливостей молодіжної аудиторії. Проект орієнтований на створення комфортного інформаційного середовища, де теми ментального

здоров'я подаються зрозуміло, лаконічно та без агресивної комунікації.

Теоретичною основою проекту також є концепція «social media journalism»-журналістики соціальних мереж. Особливість цього напрямку полягає у швидкій комунікації, поєднанні візуального та текстового контенту, інтерактивності та орієнтації на потреби аудиторії. У межах «Instagram» журналістика трансформується у більш динамічний формат, де велике значення мають «stories», каруселі, короткі інформаційні блоки та емоційна взаємодія з користувачами.

Окрему роль у сучасних медіапроєктах відіграє візуальний «storytelling»-спосіб передачі інформації через поєднання тексту, кольору, композиції та графічних елементів. Саме візуальний «storytelling» дозволяє створювати емоційний зв'язок між сторінкою та аудиторією, робити контент більш зрозумілим і близьким для користувачів соціальних мереж.

Серед успішних прикладів сучасних медіапроєктів, пов'язаних із темою ментального здоров'я, можна виділити психологічні «Instagram»-сторінки, просвітницькі молодіжні платформи та авторські «lifestyle»-проєкти. Їхня популярність підтверджує, що молодь зацікавлена у контенті, який поєднує актуальні теми, емоційну відкритість та сучасний візуальний стиль.

Теоретичні засади створення «AK22.voice.media» базуються на сучасних підходах до журналістики соціальних мереж, візуальної комунікації та медіапроєктів соціальної тематики. Проєкт поєднує особливості Instagram як сучасної медіаплатформи, потреби молодіжної аудиторії та актуальність теми ментального здоров'я у кризових умовах.

РОЗДІЛ II

СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ

2.1. Обґрунтування інформаційного проєкту

У сучасному інформаційному середовищі соціальні мережі стали одним із головних джерел отримання інформації для молоді. Особливо це стосується Instagram, який поєднує візуальний контент, швидку комунікацію та можливість постійної взаємодії з аудиторією. В умовах кризових подій, високого рівня стресу та постійного інформаційного навантаження особливо актуальною стає тема ментального здоров'я молоді. Саме тому виникає потреба у створенні медіапроєктів, які б не лише інформували, а й формували емоційно комфортний інформаційний простір для аудиторії.

Цільовим інформаційним ринком «AK22.voice.media» є насамперед український сегмент соціальних мереж, орієнтований на молодіжну аудиторію. Проєкт створений для користувачів, які активно споживають контент в Instagram та цікавляться темами психологічного стану, емоційного виснаження, впливу соціальних мереж на самооцінку та інформаційної втоми. Водночас проблематика ментального здоров'я є актуальною не лише в межах України, а й у глобальному медіапросторі, тому контент проєкту потенційно може бути зрозумілим і міжнародній аудиторії.

Сьогодні у соціальних мережах існує значна кількість сторінок та медіапроєктів, присвячених психології, «self-care» та емоційному стану людини. Серед них можна виділити психологічні «Instagram»-блоги, мотиваційні сторінки та інформаційні медіа, які висвітлюють тему ментального здоров'я. Проте значна частина такого контенту має або надто професійний і складний стиль подачі, або навпаки — орієнтується переважно на поверхневий мотиваційний контент без глибшого змістового наповнення.

Окремою проблемою сучасного інформаційного ринку є перенасичення аудиторії однотипним контентом. Багато сторінок використовують однакові формати публікацій, шаблонні мотиваційні фрази та візуально перевантажене оформлення. У результаті користувачі часто швидко втрачають інтерес до

такого контенту або сприймають його як нещирий та штучний.

Ще одним недоліком багатьох сучасних медіапроектів є використання емоційного тиску як способу привернення уваги аудиторії. Різкі заголовки, драматизація психологічних тем та постійне акцентування на негативних емоціях можуть не допомагати користувачам, а навпаки-посилювати тривожність та емоційне виснаження.

Саме аналіз таких проблем став основою для формування концепції «AK22.voice.media». Головною ідеєю проекту стало створення сучасного Instagram-простору, у якому теми ментального здоров'я подаються доступно, візуально стримано та без надмірного інформаційного навантаження. Контент проекту орієнтований не лише на інформування аудиторії, а й на створення атмосфери емоційного комфорту та підтримки.

Оригінальність «AK22.voice.media» полягає у поєднанні соціально важливої тематики, сучасної візуальної естетики та адаптації контенту до особливостей молодіжної аудиторії. Проект не копіює класичні психологічні блоги чи мотиваційні сторінки, а формує власний стиль комунікації через мінімалістичне оформлення, короткі структуровані тексти та спокійну атмосферу подачі матеріалу.

Унікальність проекту також проявляється у його візуальній концепції. Бордово-біла кольорова гама, мінімалістичний дизайн та цілісна структура сторінки формують впізнаваний стиль, який вирізняє «AK22.voice.media» серед інших «Instagram»-проектів на тему психології та ментального здоров'я.

Потреби потенційної аудиторії також вплинули на формування концепції медіапроектів. Молодь сьогодні потребує не лише швидкого доступу до інформації, а й контенту, який не створює додаткового психологічного тиску. Саме тому важливим завданням «AK22.voice.media» стало створення комфортного інформаційного простору, де складні теми подаються зрозуміло, лаконічно та без агресивної комунікації.

Перспективність проекту пов'язана зі зростанням суспільного інтересу до тем ментального здоров'я та розвитку молодіжних медіаплатформ у соціальних

мережах. У сучасному інформаційному середовищі аудиторія дедалі більше звертає увагу на контент, який поєднує естетичне оформлення, емоційну зрозумілість та соціальну актуальність.

Робота є актуальним та затребуваним медіапроектом, який відповідає потребам сучасної молодіжної аудиторії та формує власну нішу в українському інформаційному просторі. Проект поєднує сучасні формати комунікації, соціально важливу тематику та авторський стиль подачі контенту, що забезпечує його оригінальність і практичну цінність у сучасному медіасередовищі.

2.2. Структура медіапроекту

Медіапроект «AK22.voice.media» реалізований у форматі авторської «Instagram»-сторінки, присвяченої темі ментального здоров'я молоді у кризових умовах. Структура проекту побудована відповідно до особливостей соціальної мережі «Instagram», де важливу роль відіграють візуальна організація контенту, регулярність публікацій та швидкість сприйняття інформації аудиторією.

Основу структури проекту складають «Instagram»-каруселі, «stories» та окремі інформаційні пости. Такий формат дозволяє поєднувати текстовий та візуальний контент, забезпечуючи зручне сприйняття інформації для молодіжної аудиторії. Проект не має чітко обмеженого обсягу, оскільки контент може постійно оновлюватися відповідно до актуальних тем та потреб аудиторії.

Основною структурною одиницею «AK22.voice.media» є тематична «Instagram»-карусель. Кожна публікація складається з кількох слайдів, об'єднаних спільною темою та стилістикою. Перший слайд виконує роль обкладинки та привертає увагу до теми публікації. Наступні слайди поступово розкривають основний зміст матеріалу через короткі текстові блоки та візуальні елементи. Завершальний слайд зазвичай містить підсумкову думку або емоційний акцент.

Важливою частиною структури проекту є «stories». Вони використовуються для підтримання постійної комунікації з аудиторією, публікації коротких повідомлень, інтерактивних елементів, опитувань та швидких реакцій на актуальні теми. «Stories» допомагають зробити сторінку більш динамічною та

забезпечують регулярну взаємодію з підписниками.

Структура контенту «AK22.voice.media» побудована за тематичним принципом. Основними рубриками проєкту є:

- публікації про тривожність та емоційний стан;
- контент про інформаційне перевантаження та втому;
- теми самооцінки та впливу соціальних мереж;
- психологічні нагадування та мотиваційні тексти;
- інтерактивні «stories» та опитування.

Кожна рубрика має власне тематичне спрямування, однак усі вони об'єднані спільною ідеєю-привернення уваги до ментального здоров'я молоді та створення комфортного інформаційного простору у соціальних мережах.

Особливістю структури проєкту є поєднання регулярного інформаційного контенту з інтерактивними форматами комунікації. Основні публікації виходять у форматі тематичних каруселей, тоді як «stories» дозволяють підтримувати щоденну активність сторінки та взаємодію з аудиторією.

Важливу роль у структурній організації «AK22.voice.media» відіграє також візуальна цілісність профілю. Усі публікації створюються у єдиному стилі, що формує впізнаваний образ сторінки та забезпечує гармонійний вигляд «Instagram»-профілю.

Структура проєкту адаптована до особливостей сучасного споживання контенту у соціальних мережах. Короткі текстові блоки, візуально структуровані слайди та інтерактивні формати допомагають утримувати увагу користувачів та роблять інформацію більш доступною для молодіжної аудиторії.

Структура «AK22.voice.media» побудована відповідно до специфіки «Instagram» як сучасної медіаплатформи та орієнтована на поєднання інформаційного контенту, візуальної естетики та постійної взаємодії з аудиторією.

2.3. Жанрова палітра

Жанрова структура медіапроєкту «AK22.voice.media» формувалася відповідно до тематики проєкту, особливостей платформи «Instagram» та потреб молодіжної аудиторії. Оскільки проєкт присвячений темі ментального здоров'я молоді у кризових умовах, важливим завданням стало поєднання інформативності, емоційної доступності та сучасної форми подачі матеріалу. Саме тому у межах проєкту використовуються різні жанрові форми, які дозволяють адаптувати складні психологічні теми до формату соціальних мереж.

Основним жанром проєкту є інформаційний пост. Такий формат став базою для висвітлення тем, пов'язаних із тривожністю, емоційним виснаженням, інформаційною втомою та впливом соціальних мереж на психологічний стан молоді. Інформаційні публікації створювалися у форматі «Instagram»-каруселей, де тема розкривається поступово через короткі текстові блоки та візуальні елементи. Використання саме цього жанру пояснюється потребою сучасної аудиторії швидко сприймати інформацію та взаємодіяти з короткими структурованими матеріалами.

Важливе місце у жанровій палітрі «AK22.voice.media» займає «social media journalism»-журналістика соціальних мереж. Особливість цього формату полягає у поєднанні оперативної комунікації, візуального контенту та адаптації інформації до специфіки цифрових платформ. У межах проєкту це проявляється через актуальність тем, лаконічну форму подачі та орієнтацію на швидку взаємодію з аудиторією. Контент створюється з урахуванням особливостей «Instagram», де важливими є візуальна цілісність, емоційна зрозумілість та мобільний формат перегляду.

Ще однією важливою жанровою формою є візуальний «storytelling». Через поєднання тексту, кольору, композиції та графічних елементів у проєкті формується цілісний емоційний наратив. Кожна публікація не лише інформує, а й створює певний емоційний настрій, який допомагає аудиторії краще сприймати тему. Візуальний «storytelling» дозволяє зробити контент більш

близьким для молоді та створює емоційний зв'язок між сторінкою й користувачами.

Окреме місце в проєкті займає інтерактивний контент. До нього належать «stories», опитування, короткі запитання та інші формати взаємодії з аудиторією. Використання інтерактивних елементів дозволяє не лише підтримувати активність сторінки, а й формувати двосторонню комунікацію з підписниками. Такий підхід є особливо важливим для молодіжної аудиторії, яка потребує не лише споживання контенту, а й можливості брати участь у взаємодії зі сторінкою.

Вибір саме таких жанрових форм пов'язаний також із періодичністю виходу контенту. «Instagram» є платформою швидкого оновлення інформації, тому для підтримки активності сторінки важливо регулярно публікувати нові матеріали та підтримувати постійний контакт із аудиторією. Інформаційні пости забезпечують основний зміст сторінки, «stories» допомагають підтримувати динаміку комунікації, а візуальний «storytelling» формує емоційну атмосферу проєкту.

Потреби потенційної аудиторії також суттєво вплинули на формування жанрової палітри «AK22.voice.media». Молодь сьогодні переважно сприймає короткий візуально адаптований контент, який не перевантажений складними текстами чи великою кількістю деталей. Саме тому у проєкті використовується поєднання коротких інформаційних матеріалів, візуальних серій та інтерактивних форматів комунікації.

Таким чином, жанрова палітра «AK22.voice.media» побудована на поєднанні інформаційного посту, журналістики соціальних мереж, візуального «storytelling» та інтерактивного контенту. Використання цих жанрових форм дозволило створити сучасний медіапроєкт, адаптований до особливостей «Instagram» та потреб молодіжної аудиторії в умовах сучасного інформаційного середовища.

2.4. Зображальний матеріал та особливості оформлення

Візуальне оформлення є однією з ключових складових медіапроєкту «AK22.voice.media», оскільки саме через поєднання графічних елементів, кольорової гами, типографіки та композиції формується загальна атмосфера сторінки та спосіб сприйняття контенту аудиторією. Для сучасних інтернет-проєктів візуальна складова має особливе значення, адже користувачі соціальних мереж найчастіше сприймають інформацію саме через зображення та загальний стиль оформлення.

Основу зображального матеріалу проєкту становлять «Instagram»-каруселі, візуальні пости та «stories», створені у єдиній стилістиці. Усі публікації оформлені в мінімалістичному стилі, що дозволяє зосередити увагу аудиторії на змісті матеріалу та не перевантажувати сторінку зайвими деталями. Основним принципом оформлення стало поєднання простоти, емоційної стриманості та сучасної естетики.

Для проєкту було обрано бордово-білу кольорову гаму. Такий вибір є не лише стилістичним рішенням, а й частиною загальної концепції «AK22.voice.media». Бордовий колір створює відчуття глибини, емоційності та внутрішнього стану людини, тоді як білий додає простору, візуальної легкості та балансу. Поєднання цих кольорів дозволило створити спокійну атмосферу сторінки, що відповідає тематиці ментального здоров'я та психологічного комфорту.

Важливу роль у проєкті відіграє типографіка. Для оформлення публікацій використовуються сучасні мінімалістичні шрифти без зайвих декоративних елементів. Основна увага приділялася читабельності тексту та його зручному сприйняттю на екрані смартфона. Великі заголовки допомагають швидко привернути увагу користувача, а короткі текстові блоки забезпечують легкість читання.

Особливістю оформлення сторінки є єдина візуальна структура всіх публікацій. «Instagram»-каруселі створювалися за спільним композиційним принципом: перший слайд виконує роль обкладинки та привертає увагу до

теми, наступні - поступово розкривають зміст публікації. Такий підхід допомагає підтримувати цілісність сторінки та робить контент більш впізнаваним для аудиторії.

Окрему роль у проекті відіграє логотип «AK22.voice.media». Він є частиною візуальної айдентики сторінки та допомагає формувати впізнаваний образ проекту. Логотип виконаний у мінімалістичному стилі та поєднує текстову основу з простими графічними елементами. Його оформлення відповідає загальній стилістиці сторінки та підтримує єдність візуального оформлення.

Головна сторінка «Instagram»-проекту також оформлена відповідно до загальної концепції. Єдина кольорова гама, послідовність публікацій та візуальна гармонія створюють цілісний вигляд профілю. Особлива увага приділялася тому, щоб сторінка виглядала впорядковано та не створювала відчуття хаотичності.

Під час створення «stories» використовувалися ті самі принципи оформлення: мінімалістичний дизайн, обмежена кольорова палітра та проста композиція. Завдяки цьому «stories» гармонійно доповнюють основний контент сторінки та підтримують загальний стиль проекту.

Усі візуальні матеріали створювалися з урахуванням особливостей мобільного формату перегляду. Оскільки більшість користувачів «Instagram» переглядає контент через смартфон, важливими стали правильний розмір тексту, читабельність елементів та зручне розташування інформації на екрані.

Зображальний матеріал та особливості оформлення «AK22.voice.media» є важливою складовою реалізації авторського задуму. Через поєднання мінімалістичного стилю, бордово-білої кольорової гами, сучасної типографіки та візуальної цілісності сторінки вдалося створити впізнаваний медіапроект, орієнтований на комфортне сприйняття контенту молодого аудиторією.

2.5. Авторська ідея

Ідея створення медіапроєкту “AK22.voice.media” виникла як реакція на сучасний інформаційний простір, у якому молодь щодня стикається з емоційним перенавантаженням, тривожністю та постійним потоком інформації.

В умовах кризових подій, соціальної нестабільності та високого рівня інформаційного тиску тема ментального здоров'я стала особливо актуальною для молодого покоління. Саме тому основною ідеєю проєкту стало створення комфортного інформаційного середовища у форматі “Instagram”-сторінки, де важливі психологічні теми подаються зрозуміло, естетично та без надмірного емоційного навантаження.

“AK22.voice.media” був задуманий не лише як сторінка з інформаційними публікаціями, а як простір для сучасної молодіжної комунікації. Проєкт поєднує візуальну естетику, короткий формат подачі інформації та соціально важливу тематику. Основна увага приділяється темам емоційного виснаження, інформаційної втоми, тривожності, самооцінки та впливу соціальних мереж на психоемоційний стан людини.

Особливістю авторського задуму стало прагнення відійти від традиційного формату психологічного контенту, який часто подається надто академічно або перевантажено інформацією. У межах “AK22.voice.media” складні теми адаптуються до сучасного формату соціальних мереж через короткі тексти, мінімалістичне оформлення та візуально цілісний стиль. Завдяки цьому контент стає більш доступним для молодшої аудиторії та легше сприймається у щоденному інформаційному потоці.

Важливою складовою авторської ідеї є створення емоційно комфортної атмосфери сторінки. У сучасному медіапросторі значна частина контенту побудована на різких заголовках, емоційному тиску та перенасиченні інформацією. “AK22.voice.media”, навпаки, орієнтується на спокійну форму комунікації без агресивної подачі матеріалу. Саме тому для проєкту було обрано мінімалістичний бордово-білий стиль, стримані композиції та лаконічну структуру публікацій.

Авторський задум також передбачає поєднання інформаційної та візуальної складових. Кожна публікація створюється не лише як джерело інформації, а і як окремий візуальний елемент, що формує цілісний стиль сторінки. Через поєднання кольору, тексту та композиції проєкт створює впізнаваний образ та емоційний зв'язок із аудиторією.

“AK22.voice.media” реалізований у форматі “Instagram”-проєкту та розміщений у мережі “Instagram” як авторська сторінка, орієнтована на молодіжну аудиторію. Платформа “Instagram” була обрана через її популярність серед молоді та можливість поєднувати візуальний контент, короткі тексти та інтерактивну взаємодію з аудиторією.

Практичне значення проєкту полягає у можливості використання соціальних мереж як простору для поширення соціально важливого контенту про ментальне здоров'я молоді. “AK22.voice.media” демонструє, що сучасний “Instagram”-контент може виконувати не лише розважальну, а й просвітницьку функцію. Проєкт може бути прикладом створення молодіжного медіапродукту, який поєднує актуальну соціальну тематику, сучасну візуальну культуру та доступний формат комунікації.

Перспективи розвитку проєкту пов'язані з розширенням форматів контенту, використанням відеоматеріалів, створенням тематичних рубрик та адаптацією сторінки для інших соціальних платформ. У майбутньому “AK22.voice.media” може бути представлений не лише як “Instagram”-проєкт, а і як ширший інформаційний ресурс, присвячений темі ментального здоров'я молоді у сучасному інформаційному середовищі.

Авторська ідея “AK22..voice.media” полягає у створенні сучасного медіапроєкту, який через візуальну естетику, доступну комунікацію та соціально важливий контент формує комфортний інформаційний простір для молоді аудиторії та привертає увагу до проблем ментального здоров'я у кризових умовах.

2.6. Особливості аудиторії

Медіапроект “AK22.voice.media” орієнтований насамперед на молодіжну аудиторію, яка активно користується соціальними мережами та значну частину інформації отримує саме через “Instagram”. Основною темою проекту є ментальне здоров’я молоді у кризових умовах, тому цільова аудиторія безпосередньо пов’язана з людьми, які стикаються з емоційним виснаженням, інформаційним перевантаженням, тривожністю та психологічним тиском сучасного інформаційного середовища. Контент сторінки формується за двома основними тематичними напрямками.

Перший напрям: інформаційно-просвітницькі публікації про ментальне здоров’я, емоційний стан молоді, тривожність, психологічну втому та способи підтримки себе у кризових умовах. Другий напрям: мотиваційний і lifestyle-контент, спрямований на емоційну підтримку, створення атмосфери комфорту, взаєморозуміння та психологічної безпеки для аудиторії. Поєднання цих двох тем дозволяє зробити сторінку не лише інформаційною, а й емоційно близькою для користувачів. «Коли людина опиняється серед інших, вони, як правило, намагаються отримати про неї інформацію або задіяти вже наявні знання»¹⁵

За віковими характеристиками проєкт спрямований переважно на аудиторію віком від 16 до 30 років. Саме ця категорія користувачів є найбільш активною у соціальних мережах та найчастіше взаємодіє з візуальним контентом у форматі “Instagram-каруселей”, “stories” і коротких інформаційних публікацій. Молодь швидко сприймає нові формати комунікації, активно реагує на соціально важливі теми та найбільше відчуває вплив цифрового середовища на емоційний стан.

Територіально проєкт орієнтований насамперед на українську аудиторію, оскільки тема ментального здоров’я у кризових умовах є особливо актуальною для молоді в Україні. Повномасштабна війна, постійний інформаційний потік, емоційне напруження та нестабільність суттєво впливають на психологічний стан молодого покоління. Саме тому проєкт

спрямований на створення інформаційного простору, у якому складні емоційні теми подаються зрозуміло, доступно та без зайвого інформаційного тиску.

Водночас контент “AK22.voice.media” підходить і для українців, які виїхали за кордон. Молоді люди, які тимчасово або постійно проживають в інших країнах, також стикаються з емоційною напругою, адаптацією до нового середовища, відчуттям тривожності, самотності та інформаційної втоми. Саме тому проєкт може бути для них своєрідним простором підтримки, який допомагає зберігати емоційний зв'язок з українським інформаційним середовищем та знаходити психологічно близький контент.

Крім того, контент “AK22.voice.media” має потенціал бути зрозумілим і для міжнародної аудиторії, оскільки проблеми емоційного виснаження, інформаційної втоми та психологічного навантаження є актуальними не лише для української молоді, а й для користувачів соціальних мереж у різних країнах світу.

Гендерна аудиторія проєкту є універсальною, адже тематика ментального здоров'я стосується як жінок, так і чоловіків. Проте особливості візуального оформлення, емоційна атмосфера контенту та формат подачі інформації можуть бути особливо близькими саме молодій жіночій аудиторії, яка більш активно взаємодіє з lifestyle-контентом, психологічними темами та візуальними форматами “Instagram”.

За соціальними характеристиками проєкт орієнтований на студентську молодь, молодих спеціалістів, активних користувачів соціальних мереж та людей, які цікавляться темами психології, емоційного стану та сучасної медіакомунікації. Основну частину аудиторії становлять користувачі, які регулярно споживають контент у соціальних мережах та шукають не лише розважальний, а й емоційно близький інформаційний контент.

Особливість аудиторії “AK22.voice.media” є висока емоційна чутливість до тем, пов'язаних із внутрішнім станом людини, самооцінкою, тривожністю та психологічною втомою. Саме тому важливим завданням проєкту стало створення комфортної атмосфери комунікації, у якій людина може відчути

підтримку, розуміння та емоційну безпеку.

Перспективи розширення аудиторії проекту пов'язані насамперед із розвитком контенту та використанням додаткових форматів комунікації. У майбутньому “AK22.voice.media” може бути адаптований для інших платформ, зокрема “TikTok” або “Telegram”, що дозволить охопити ширшу молодіжну аудиторію та збільшити взаємодію з користувачами.

Крім того, перспективним напрямом розвитку є співпраця з молодіжними ініціативами, психологічними платформами, студентськими спільнотами та освітніми проектами. Це дозволить розширити аудиторію сторінки та підвищити її інформаційну цінність.

Аудиторія “AK22.voice.media” формується навколо молодих людей, які живуть у сучасному інформаційному середовищі та потребують зрозумілого, емоційно комфортного й візуально адаптованого контенту. Саме орієнтація на особливості молодіжної аудиторії визначає стиль комунікації, формат публікацій та загальну концепцію медіапроекту.

РОЗДІЛ III

ПРОГРАМНІ ТА ТЕХНІЧНІ ЗАСОБИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ

3.1. Технічні засоби створення медіапроєкту «AK22.voice.media»

Створення сучасного медіапроєкту для соціальних мереж потребує використання технічних засобів, які забезпечують якісне оформлення контенту, його адаптацію до вимог платформи та ефективну взаємодію з аудиторією. Під час реалізації авторського «Instagram»-проєкту «AK22.voice.media» використовувалися комп'ютерна техніка, мобільні пристрої та цифрові засоби для створення й організації контенту.

Основним технічним засобом під час роботи над проєктом був ноутбук. Він використовувався для створення дизайну публікацій, редагування графічних матеріалів, написання текстового контенту та організації структури сторінки. За допомогою ноутбука здійснювалася основна частина роботи над оформленням «Instagram»-каруселей, «stories» та візуальних елементів сторінки. Важливу роль у реалізації проєкту відігравав смартфон, оскільки саме через мобільний формат відбувається основне споживання контенту в «Instagram».

Смартфон використовувався для перевірки вигляду публікацій у стрічці, створення «stories», аналізу сприйняття контенту на мобільному екрані та безпосередньої публікації матеріалів. Під час створення контенту враховувалися особливості мобільного перегляду: читабельність тексту, правильне розташування елементів та адаптація зображень до формату соціальної мережі.

Для збереження матеріалів і впорядкування контенту використовувалися цифрові сховища та онлайн-сервіси. Це дозволило систематизувати макети, швидко редагувати публікації та підтримувати організовану структуру роботи над сторінкою.

Технічні засоби також забезпечували можливість адаптації контенту до сучасних вимог соціальних мереж. Під час створення публікацій враховувалися якість графіки, формат зображень, читабельність тексту та зручність перегляду

матеріалів на мобільних пристроях.

Отже, використання сучасних технічних засобів стало важливою складовою реалізації проекту «AK22.voice.media». Поєднання комп'ютерної техніки, мобільних пристроїв та цифрових сервісів дозволило створити візуально цілісний медіапроект, адаптований до особливостей сучасних соціальних мереж і молодіжної аудиторії.

3.2. Програмне забезпечення, використане під час створення проекту

Під час реалізації медіапроект «AK22.voice.media» використовувалося програмне забезпечення, яке забезпечувало створення візуального оформлення, редагування контенту та адаптацію матеріалів до формату соціальних мереж. Використання сучасних графічних програм дало можливість створити цілісний стиль сторінки та підтримувати єдину візуальну концепцію проекту.

Основною програмою для створення дизайну публікацій стала «Canva». Саме в цьому редакторі створювалися «Instagram»-каруселі, «stories», інформаційні пости та окремі графічні елементи. «Canva» дозволила працювати з готовими шаблонами, типографікою, кольоровими палітрами та композицією, що значно спростило процес оформлення контенту. Перевагою програми стала її зручність, простий інтерфейс та можливість швидкого редагування матеріалів.

Для додаткового редагування зображень і налаштування візуальних елементів використовувався «Adobe Photoshop». Програма застосовувалася для корекції окремих деталей дизайну, роботи з графічними об'єктами, створення обкладинок публікацій та підготовки елементів айдентики проекту. «Adobe Photoshop» дозволив забезпечити більш точне налаштування композиції та покращити загальну якість візуального контенту.

У процесі роботи над «stories» та короткими відеоматеріалами використовувався застосунок «CapCut». За його допомогою створювалися анімовані «stories», короткі відеофрагменти та динамічні елементи для сторінки. Програма дозволяла адаптувати матеріали до вертикального формату «Instagram» та робити контент більш сучасним і візуально привабливим.

Для підготовки текстового наповнення та структурування матеріалів

використовувалися «Microsoft Word» і «Google Docs». Вони застосовувалися для написання текстів публікацій, планування тем контенту та формування структури сторінки.

Окрему роль у процесі реалізації проєкту відіграв сам «Instagram» як платформа для розміщення контенту та взаємодії з аудиторією. За допомогою інструментів «Instagram» здійснювалося оформлення «stories», планування публікацій, аналіз активності підписників та комунікація з аудиторією через реакції, коментарі й опитування.

Використане програмне забезпечення дозволило забезпечити не лише якісне оформлення контенту, а й підтримувати єдину стилістику проєкту. Поєднання графічних редакторів, мобільних застосунків і текстових програм допомогло реалізувати «AK22.voice.media» як сучасний медіапроєкт, адаптований до формату соціальних мереж та особливостей молодіжної аудиторії.

3.3. Особливості створення та адаптації контенту для «Instagram»

Створення контенту для соціальних мереж потребує врахування не лише візуальної складової, а й особливостей сприйняття інформації сучасною аудиторією. У процесі роботи над «AK22.voice.media» важливим завданням стало поєднання естетичного оформлення, зручної структури та доступної подачі матеріалу. Контент проєкту створювався з урахуванням специфіки «Instagram» як платформи, де основна увага користувачів зосереджена на швидкому візуальному сприйнятті інформації.

Однією з головних особливостей створення контенту стала адаптація матеріалів до мобільного формату. Оскільки більшість користувачів переглядає «Instagram» через смартфон, усі публікації розроблялися таким чином, щоб текст залишався читабельним, а композиція-зрозумілою навіть на невеликому екрані. Під час створення каруселей враховувалися розміри зображень, правильне розташування елементів та баланс між текстом і візуальною частиною.

Особлива увага приділялася структурі публікацій. Кожна карусель будувалася за логічним принципом: перший слайд привертав увагу до теми,

наступні пояснювали основну думку, а фінальний підсумовував інформацію або містив короткий висновок. Такий підхід допоміг зробити контент більш зрозумілим та послідовним для аудиторії.

У процесі створення матеріалів важливу роль відіграла візуальна стриманість. В сучасних соціальних мережах користувачі щодня стикаються з великою кількістю яскравого та перевантаженого контенту, тому для «AK22.voice.media» було обрано більш мінімалістичний стиль. Просте оформлення, обмежена кольорова палітра та відсутність зайвих елементів дозволили створити спокійне інформаційне середовище.

Окрему увагу приділяли текстовому наповненню публікацій. Інформація подавалася короткими абзацами та простими формулюваннями, адаптованими до особливостей сприйняття контенту в «Instagram». Основною метою було не перевантажити користувача великим обсягом тексту, а донести головну думку зрозуміло та доступно.

Важливим етапом роботи стала також адаптація контенту до різних форматів платформи. Для основних публікацій використовувалися каруселі, а для швидкої взаємодії з аудиторією – «stories». Такий підхід дозволив урізноманітнити контент сторінки та підтримувати постійну активність профілю.

Під час створення «stories» використовувалися інтерактивні елементи: опитування, короткі запитання та реакції. Це допомогло зробити комунікацію з аудиторією більш живою та підтримувати зворотний зв'язок із підписниками.

Крім того, «stories» дозволяли швидко реагувати на актуальні теми та доповнювати основний контент сторінки.

У процесі роботи над проектом також враховувалися особливості алгоритмів «Instagram». Регулярність публікацій, єдиний стиль оформлення та активна взаємодія з аудиторією позитивно впливали на охоплення сторінки та залученість користувачів.

Тому творення контенту для «AK22.voice.media» стало процесом поєднання візуальної естетики, структурованої подачі інформації та адаптації матеріалів до

сучасних форматів соціальних мереж. Це дозволило сформувати цілісний медіапроект, орієнтований на комфортне сприйняття контенту молодію аудиторією.

ВИСНОВКИ

1. У процесі виконання кваліфікаційної бакалаврської роботи на тему «Ментальне здоров'я молоді у кризових умовах: створення та просування авторського інстаграм-проєкту» було досліджено особливості сучасного інформаційного середовища та його вплив на психоемоційний стан молоді. Встановлено, що в умовах постійного інформаційного потоку, соціальної нестабільності та кризових подій соціальні мережі суттєво впливають на емоційний стан людини, формуючи як нові можливості для комунікації, так і додаткові психологічні навантаження.

2. У ході дослідження було проаналізовано вплив цифрового середовища на ментальне здоров'я молоді. З'ясовано, що постійне перебування у соціальних мережах, перенасичення інформацією, швидкий темп споживання контенту та порівняння себе з іншими користувачами можуть спричинити емоційне виснаження, тривожність та інформаційну втому. Особливо гостро ці проблеми проявляються у кризових умовах, коли рівень психологічного навантаження значно зростає.

3. Під час роботи було визначено роль «Instagram» як сучасної платформи для медіакомунікації. Встановлено, що соціальні мережі сьогодні виконують не лише розважальну функцію, а й стають простором для поширення соціально важливого контенту, формування суспільних поглядів та підтримки аудиторії. «Instagram» дозволяє поєднувати текстову інформацію, візуальні елементи та інтерактивні формати, що робить його ефективним середовищем для реалізації авторських медіапроєктів.

4. У теоретичній частині дослідження було розглянуто значення візуальної комунікації у соціальних мережах. Аналіз показав, що сучасна аудиторія значно швидше сприймає короткий, структурований та візуально адаптований контент. Саме тому під час створення проєкту важливу роль відігравали мінімалістичне оформлення, єдина стилістика сторінки та емоційно комфортна подача інформації.

5. Практичним результатом роботи стало створення авторського «Instagram»-проєкту «AK22.voice.media», присвяченого темі ментального здоров'я молоді у кризових умовах. У межах реалізації проєкту було створено серію інформаційних публікацій, «Instagram»-каруселей та «stories», присвячених темам тривожності, емоційного виснаження, інформаційного шуму та впливу соціальних мереж на психоемоційний стан молоді.

6. Під час практичної реалізації проєкту було розроблено структуру сторінки, візуальну концепцію та систему комунікації з аудиторією. Особливу увагу приділено адаптації контенту до мобільного формату перегляду, логічній структурі публікацій та читабельності тексту. Завдяки цьому вдалося створити цілісний та зрозумілий інформаційний простір для молоді аудиторії.

7. У процесі ведення сторінки було встановлено, що найбільшу взаємодію аудиторії викликають теми, пов'язані з емоційним станом, самооцінкою, внутрішнім виснаженням та психологічним перевантаженням. Це підтверджує актуальність теми ментального здоров'я серед молоді та потребу у створенні контенту, який не лише інформує, а й формує відчуття підтримки та емоційного розуміння.

8. Окрему увагу у роботі було приділено проблемам сучасного інформаційного середовища. Встановлено, що значна частина контенту в соціальних мережах побудована на емоційному тиску, маніпулятивних заголовках та надмірному інформаційному навантаженні. Це негативно впливає на психологічний стан молоді та ускладнює формування здорового інформаційного простору.

9. У зв'язку з цим одним із важливих напрямів розвитку сучасних медіапроєктів є створення контенту, орієнтованого на психологічний комфорт аудиторії. Доцільним є поширення матеріалів, які сприяють розвитку інформаційної грамотності, культури усвідомленого споживання контенту та уважного ставлення до власного емоційного стану.

10. Практична цінність проєкту «AK22.voice.media» полягає у можливості використання соціальних мереж як платформи для висвітлення тем

ментального здоров'я молоді у кризових умовах. Проект демонструє, що сучасний «Instagram»-контент може поєднувати візуальну естетику, соціально важливу тематику та комфортну форму комунікації з аудиторією.

11. Отже, реалізація «AK22.voice.media» підтвердила, що соціальні мережі можуть бути не лише джерелом розважального контенту, а й ефективним середовищем для підтримки молоді та поширення просвітницьких матеріалів. Створений проект є прикладом сучасного медіапродукту, який адаптований до особливостей молодіжної аудиторії та спрямований на формування більш уважного ставлення до ментального здоров'я в умовах сучасного інформаційного суспільства.

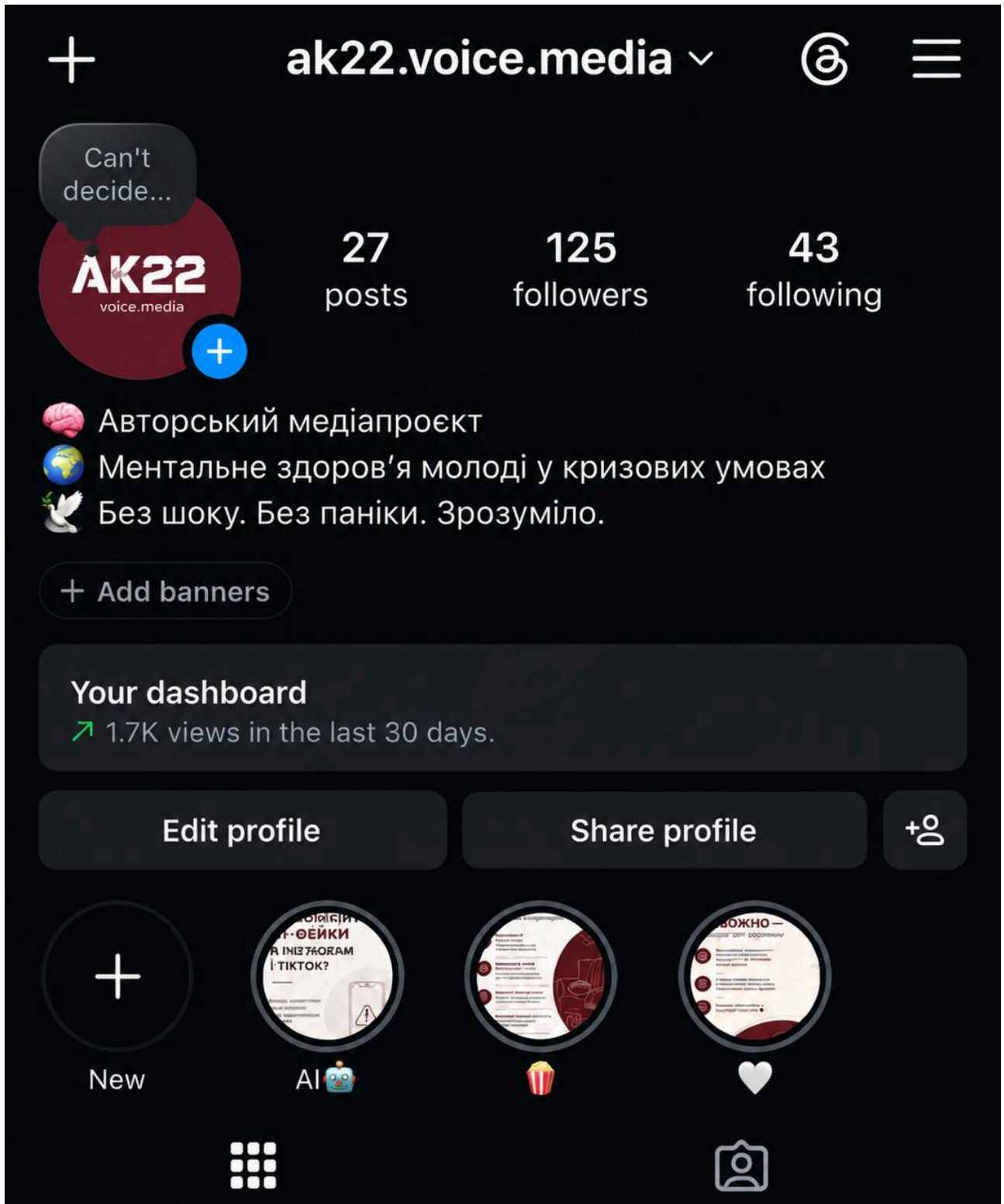
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Академія української преси. URL: <https://www.aup.com.ua/>
2. Детектор медіа. URL: <https://detector.media/>
3. Інститут масової інформації. URL: <https://imi.org.ua/>
4. Міністерство охорони здоров'я України. Психічне здоров'я. URL: <https://moz.gov.ua/psihichne-zdorovya>
5. Міністерство культури та інформаційної політики України. URL: <https://mkip.gov.ua/>
6. Суспільне Новини. URL: <https://suspilne.media/>
7. Український кризовий медіацентр. URL: <https://uacrisis.org/uk>
8. UNICEF Ukraine. Психічне здоров'я та психосоціальна підтримка. URL: <https://www.unicef.org/ukraine/mental-health-and-psychosocial-support>
9. American Psychological Association. Social media and the internet. URL: <https://www.apa.org/topics/social-media-internet>
10. American Psychological Association. Health advisory on social media use in adolescence. URL: <https://www.apa.org/topics/social-media-internet/health-advisory-adolescent-social-media-use>
11. Boyd D. It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens. New Haven : Yale University Press, 2014. 281 p.
12. Carr N. The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains. New York : W. W. Norton & Company, 2020. 320 p.
13. DataReportal. Digital 2024: Global Overview Report. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>
14. Galea S. Social media and adolescent mental health // PMC – National Library of Medicine. 2024. URL: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10898856/>
15. Goffman E. The Presentation of Self in Everyday Life. New York : Anchor Books, 1959. 7 p.

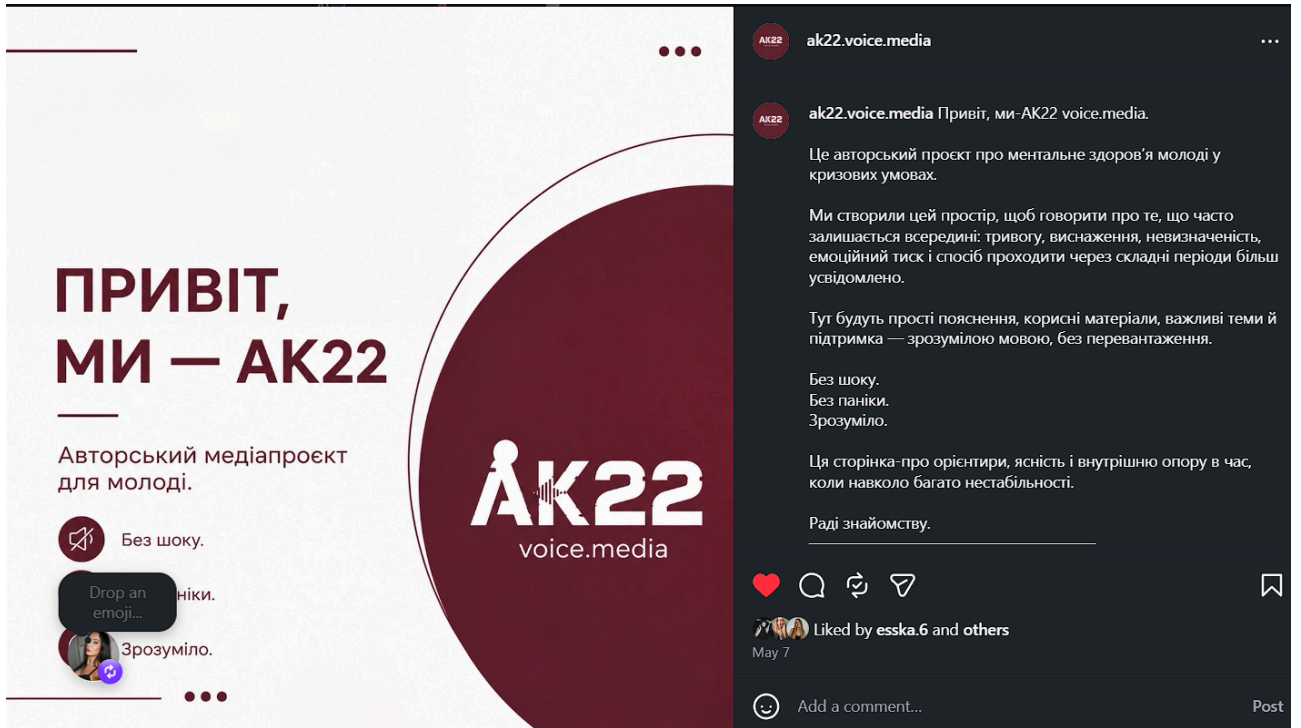
16. Haidt J. *The Anxious Generation*. New York : Penguin Press, 2024. 400 p.
17. Jenkins H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York : New York University Press, 2006. 353 p.
18. Kaplan A. M., Haenlein M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media // *Business Horizons*. 2010. Vol. 53. № 1. P. 59–68.
19. Khalaf A. M. The Impact of Social Media on the Mental Health of Adolescents and Young Adults // PMC – National Library of Medicine. 2023. URL: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10476631/>
20. McLuhan M. *Understanding Media: The Extensions of Man*. London : Routledge, 2001. 392 p.
21. Mental Health Foundation. *Social Media and Mental Health*. URL: <https://www.mentalhealth.org.uk/explore-mental-health/publications/social-media-and-mental-health>
22. Naslund J. A., Bondre A., Torous J., Aschbrenner K. A. Social Media and Mental Health: Benefits, Risks, and Opportunities for Research and Practice // *Journal of Technology in Behavioral Science*. 2020. Vol. 5. P. 7-8.
23. Newman N. *Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2024*. Reuters Institute for the Study of Journalism. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2024>
24. Pew Research Center. *Teens, Social Media and Mental Health*. URL: <https://www.pewresearch.org/internet/2025/04/22/teens-social-media-and-mental-health/>
25. Rosen L. D. *iDisorder: Understanding Our Obsession with Technology and Overcoming Its Hold on Us*. New York : Palgrave Macmillan, 2012. 272 p.
26. Turkle S. *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York : Basic Books, 2011. 360 p.
27. UNESCO. *Social Media and Youth Mental Health*. URL: <https://www.unesco.org/en>

28. U.S. Department of Health & Human Services. Social Media and Youth Mental Health. URL: <https://www.hhs.gov/surgeongeneral/reports-and-publications/youth-mental-health/social-media/index.html>
29. World Health Organization. Adolescent mental health. URL: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/adolescent-mental-health>
30. World Health Organization. Mental health and well-being. URL: <https://www.who.int/health-topics/mental-health>
31. Yale Medicine. How Social Media Affects Your Teen's Mental Health. URL: <https://www.yalemedicine.org/news/social-media-teen-mental-health-a-parents-guide>
32. Zuboff S. The Age of Surveillance Capitalism. New York : Public Affairs, 2019. 704 p.

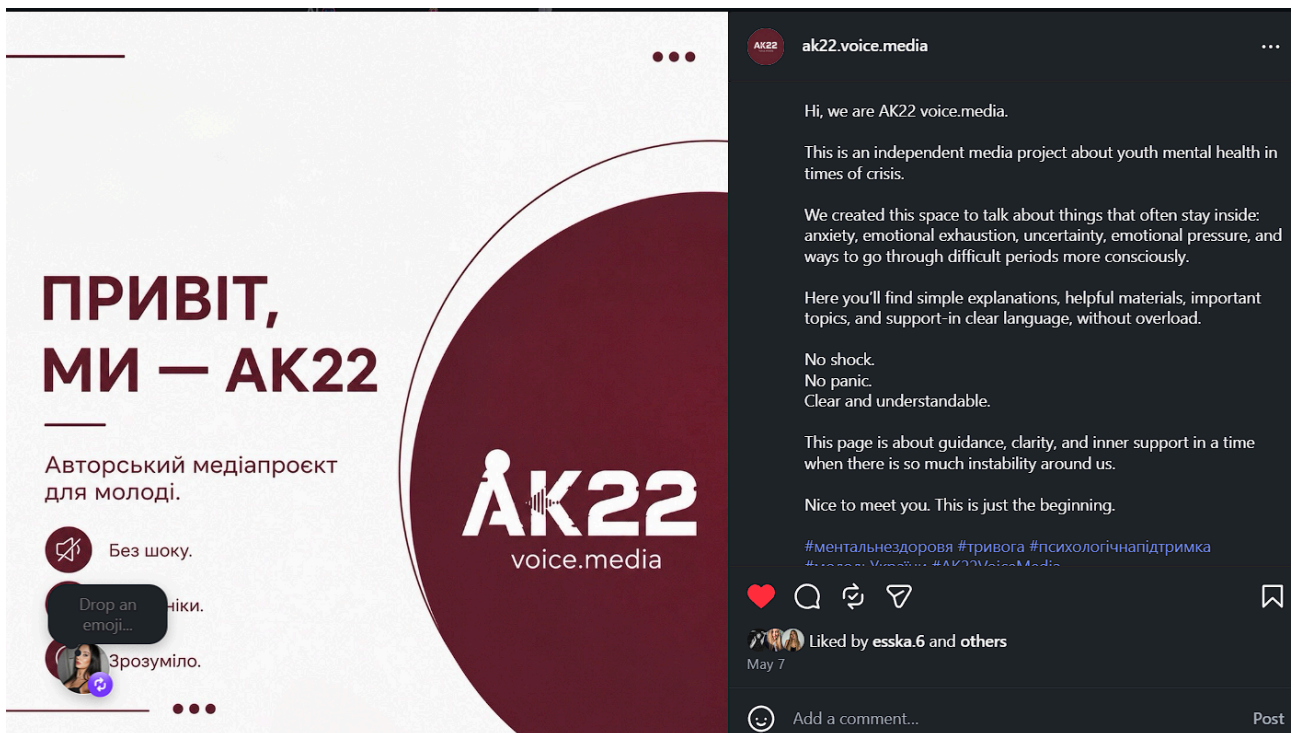
Документація

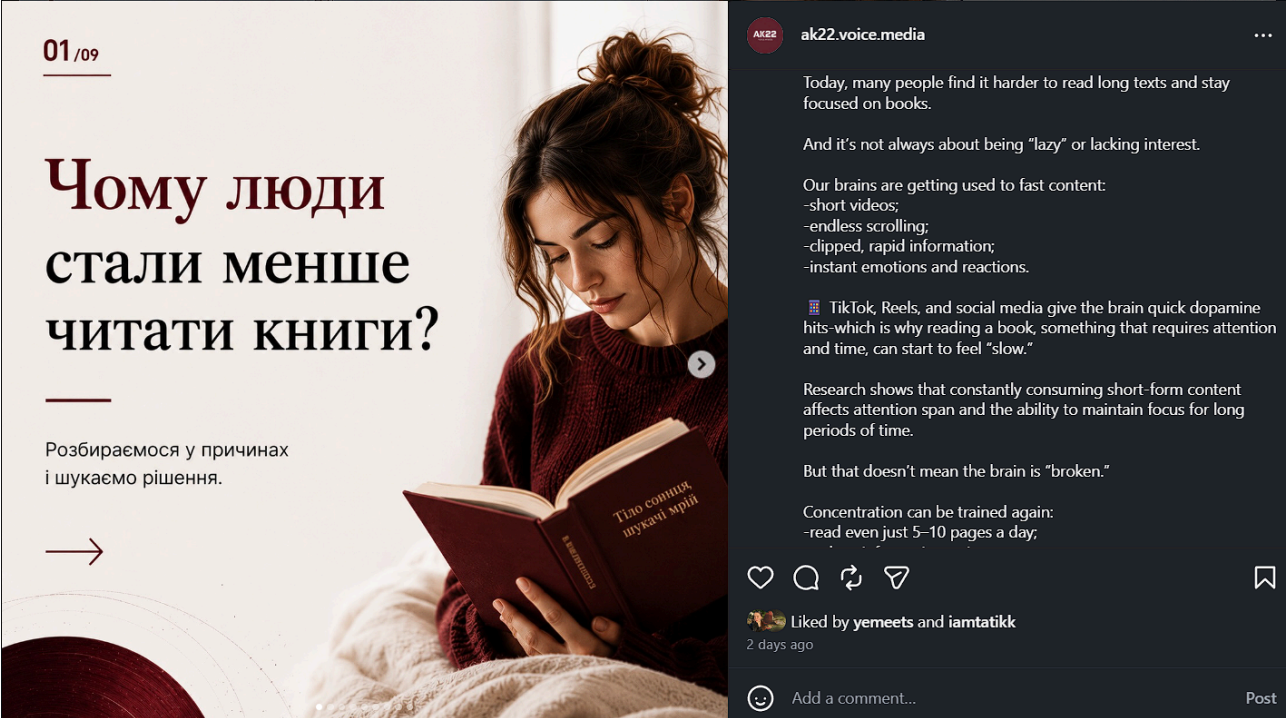


Шапка профілю.



Тексти додатково перекладаються англійською, що дає можливість медіапроєкту бути доступним не тільки для України, а й для інших країн.





01/09

Чому люди стали менше читати книги?

Розбираємося у причинах і шукаємо рішення.

→

ak22.voice.media

Today, many people find it harder to read long texts and stay focused on books.

And it's not always about being "lazy" or lacking interest.

Our brains are getting used to fast content:

- short videos;
- endless scrolling;
- clipped, rapid information;
- instant emotions and reactions.

TikTok, Reels, and social media give the brain quick dopamine hits-which is why reading a book, something that requires attention and time, can start to feel "slow."

Research shows that constantly consuming short-form content affects attention span and the ability to maintain focus for long periods of time.

But that doesn't mean the brain is "broken."

Concentration can be trained again:

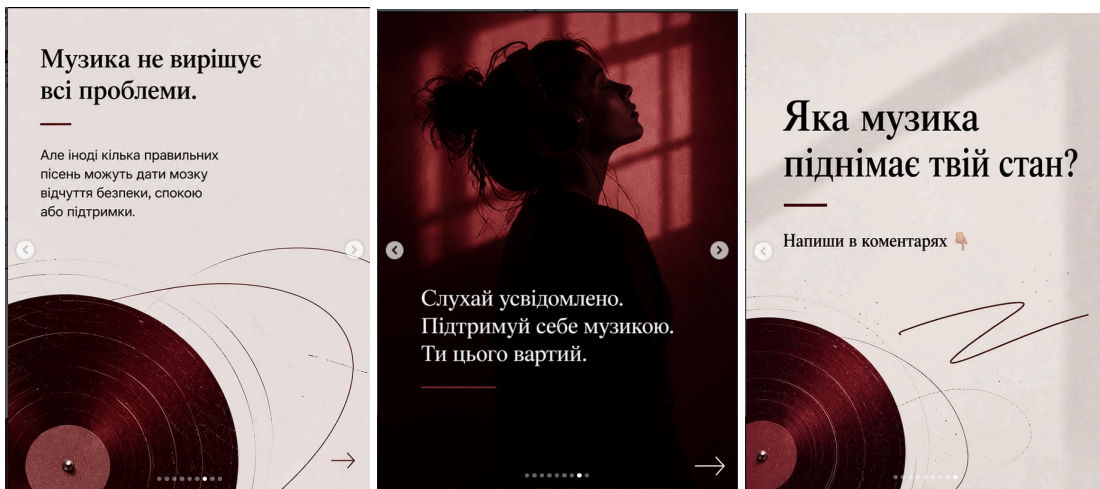
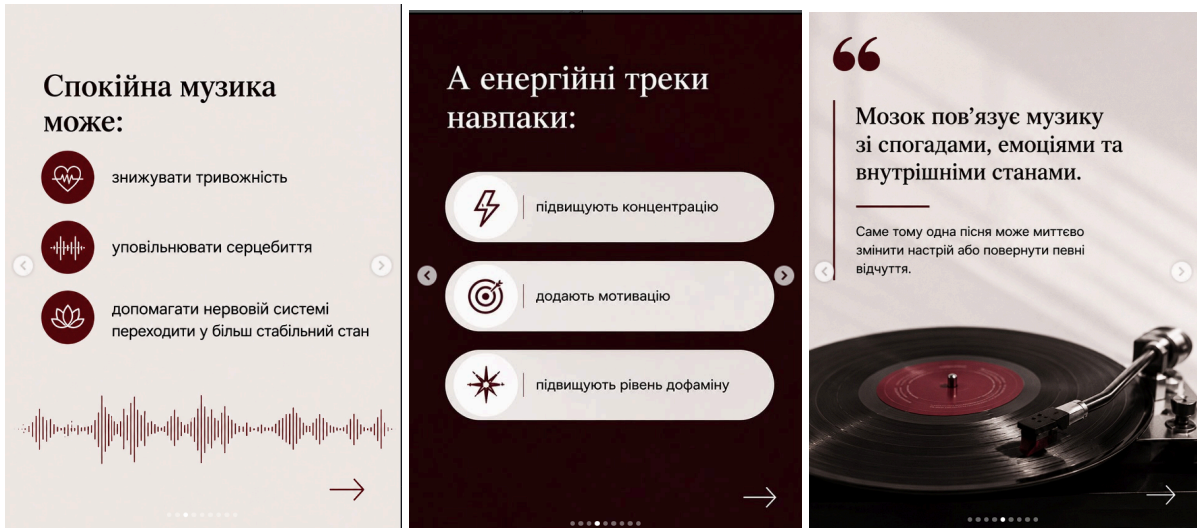
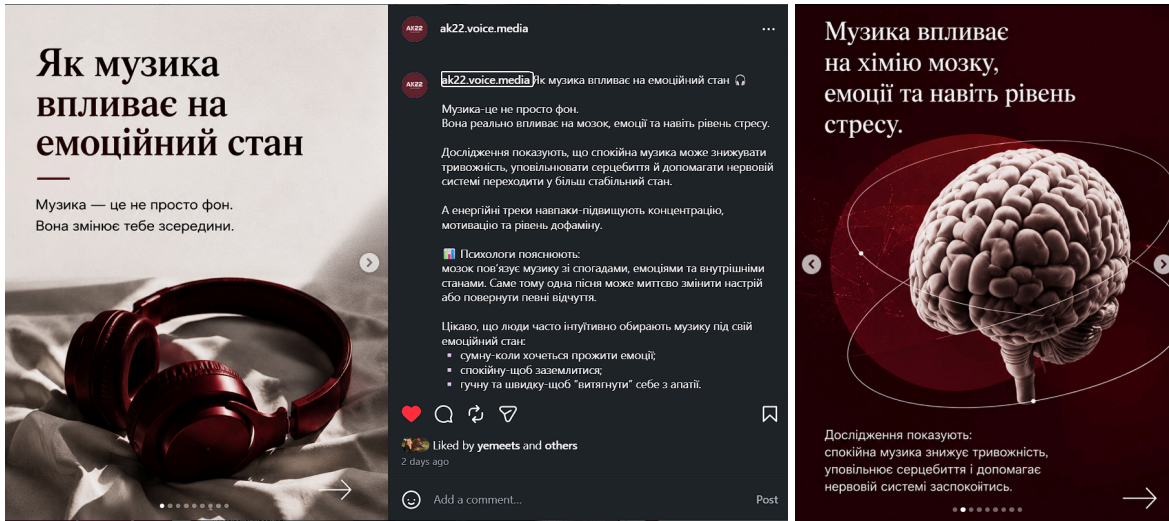
- read even just 5-10 pages a day;

Liked by yemeets and iamtatikk
2 days ago

Add a comment...

Post

Публікуються різноматні теми для охоплення більшої аудиторії.



Публікації підбираються у різних варіаціях для зацікавлення читача, та подаються у читабельному та доступному вигляді.

AK22
voice.media



1/6

КУДИ ЗВЕРНУТИСЯ УКРАЇНЦЯМ У ПОЛЬЩІ В КРИЗОВІЙ СИТУАЦІЇ

ТИ НЕ ОДИН. ДОПОМОГА Є. ❤️

Життя за кордоном, стрес, війна, самотність та адаптація можуть сильно впливати на психічний стан.

**Просити про допомогу — нормально.
Ти не маєш проходити це наодинці.**

ak22.voice.media

ak22.voice.media Куди звернутися українцям у Польщі в кризовій ситуації 🇺🇦

Життя за кордоном, стрес, війна, самотність та адаптація можуть сильно впливати на психічний стан.

Просити про допомогу — нормально.
Ти не маєш проходити це наодинці.

📞 116 123-психологічна підтримка для дорослих
🕒 24/7
👤 Від 18 років
Безкоштовно та анонімно.

📞 116 111-допомога дітям та молоді
🕒 Цілодобово
👤 Діти та молоді до 18 років
Є підтримка українською мовою.

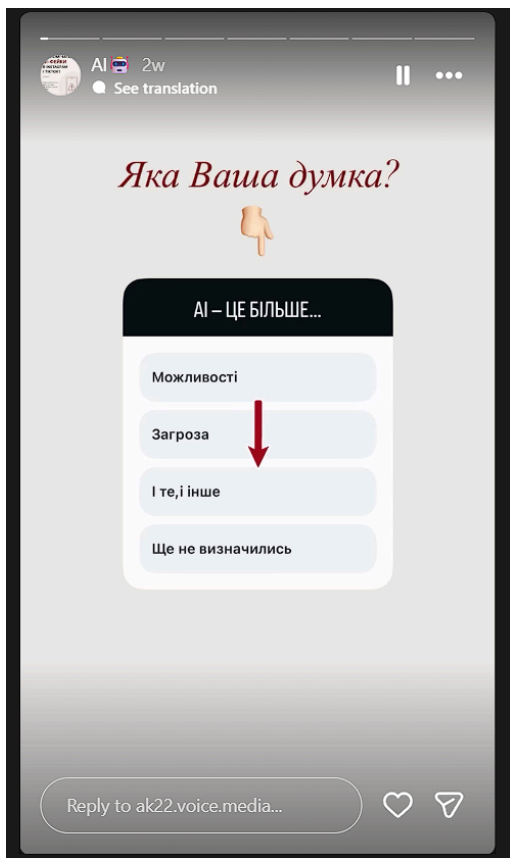
📞 800 70 2222-Centrum Wsparcia
🕒 24/7
👤 Для всіх вікових категорій

❤️ 💬 ↻ 🗑️

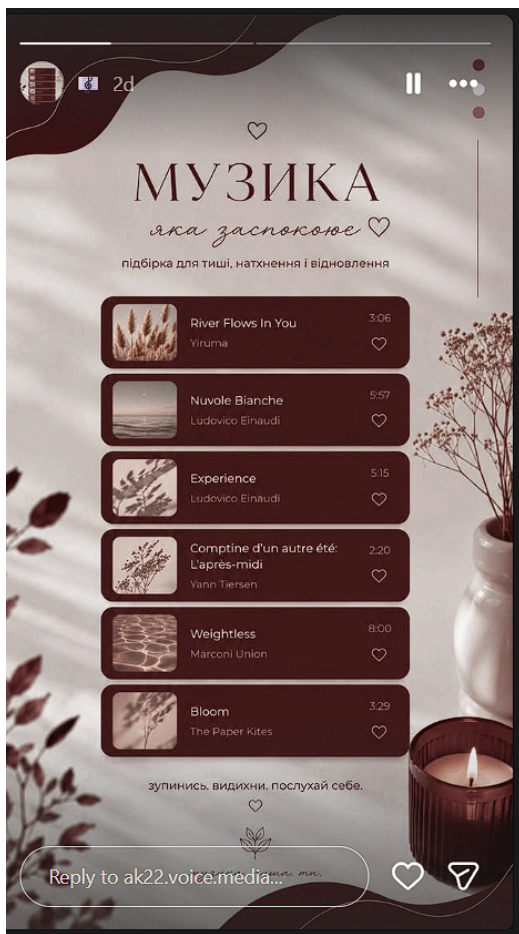
👤 Liked by mashenk.aa and others
May 14

😊 Add a comment... Post

Публікується інформація для надання допомоги за кордоном.



Публікуються опитування у “stories” для комунікації з аудиторією



Тематичні підбірки та рекомендації.

АНОТАЦІЯ

Шиндюк А.-К. В. Ментальне здоров'я молоді у кризових умовах: створення та просування авторського інстаграм-проєкту.

Ключові слова: ментальне здоров'я, соціальні мережі, Instagram, молодь, медіапроєкт, візуальна комунікація, інформаційне перевантаження, кризові умови, медіакомунікація, контент.

Кваліфікаційна бакалаврська робота присвячена дослідженню особливостей висвітлення теми ментального здоров'я молоді у соціальних мережах та створенню авторського “Instagram”-проєкту «AK22.voice.media». У роботі проаналізовано вплив сучасного цифрового середовища на психоемоційний стан молодого покоління в умовах інформаційного перевантаження та кризових подій. Досліджено роль “Instagram” як сучасної медіаплатформи для реалізації соціально важливих журналістських проєктів. Розглянуто особливості візуальної комунікації, жанрову палітру та структуру контенту в соціальних мережах. Практичним результатом роботи стало створення авторської “Instagram”-сторінки, орієнтованої на молодіжну аудиторію віком від 16 до 30 років. Проєкт поєднує мінімалістичне візуальне оформлення, короткий формат подачі інформації та соціально важливу тематику.

ANNOTATION

Shyndiuk A.-K. V. Mental Health of Youth in Crisis Conditions: Creation and Promotion of an Author's Instagram Project.

Keywords: mental health, social media, Instagram, youth, media project, visual communication, information overload, crisis conditions, media communication, content.

The bachelor's thesis is devoted to the study of the specifics of covering the topic of youth mental health on social media and the creation of the author's Instagram project «AK22.voice.media». The work analyzes the impact of the modern digital environment on the psycho-emotional state of the younger generation in conditions of information overload and crisis events. The role of Instagram as a modern media platform for socially important journalistic projects is examined. The features of visual communication, genre palette, and content structure on social media are explored. The practical result of the work is the creation of an author's Instagram page aimed at a youth audience aged 16 to 30. The project combines minimalist visual design, a concise format of information delivery, and socially relevant topics.