

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ОСТРОЗЬКА АКАДЕМІЯ»
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ СОЦІАЛЬНО-
ГУМАНІТАРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ ТА PR-МЕНЕДЖМЕНТУ

Допущено до захисту

на засіданні кафедри журналістики та PR менеджменту

(протокол № 10 від 20.05.2025 р.)

Завідувач кафедри _____ Роман ШУЛИК

Кваліфікаційна робота у формі медіапроекту
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
на тему: «Особливості створення та просування блогу в
інстаграм на тему «Українські народні прикраси»»

Виконала студентка 4 курсу,
групи Ж-41
Спеціальності 061 «Журналістика»
Любчук Наталія Валентинівна

Науковий керівник – ст. викладач,
кандидат філологічних наук
КРИЛОВЕЦЬ Наталія Володимирівна
Рецензент – доцент, кандидат
психологічних наук
КОСТЮЧЕНКО Олексій Миколайович

Острого, 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	2
РОЗДІЛ 1 ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ТЕМИ ТА ФОРМАТУ БЛОГУ В INSTAGRAM НА ТЕМУ «УКРАЇНСЬКІ НАРОДНІ ПРИКРАСИ».....	9
1.1. Обґрунтування вибору проблематики медіапроєкту та її актуальність.....	9
1.2. Проблема медіапроєкту в джерелах та літературі.....	11
1.3. Аналіз популярних Instagram-блогів на етнокультурну тематику.....	13
1.4. Обґрунтування формату медіапроєкту.....	15
1.5. Класифікаційні характеристики медіапроєкту.....	16
Висновки до першого розділу.....	18
РОЗДІЛ II. ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ТА ПРОСУВАННЯ INSTAGRAM-БЛОГУ ПРО УКРАЇНСЬКІ НАРОДНІ ПРИКРАСИ.....	20
2.1. Управління змістом медіапроєкту.....	20
2.2. Управління часом у медіапроєкті.....	25
2.3. Управління ресурсами та закупівлями медіапроєкту.....	27
2.4. Управління вартістю медіапроєкту.....	29
2.5. Управління якістю медіапроєкту.....	30
2.6. Управління ризиками медіапроєкту.....	32
2.7. Особливості керування командою для створення та просування блогу про українські народні прикраси.....	34
2.8. Управління комунікаціями медіапроєкту.....	36
2.9. Моніторинг виконання медіапроєкту.....	38
РОЗДІЛ III. ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ БЛОГУ В INSTAGRAM.....	42
3.1. Розробка і запуск блогу.....	43
3.2. Проблеми на етапі реалізації та шляхи їх вирішення.....	50
3.3. Рекомендації для подальшого розвитку блогу та масштабування проєкту.....	51
Висновки до третього розділу.....	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ.....	57
ДОДАТКИ.....	62

ВСТУП

Актуальність теми. У добу цифрової комунікації особливої ваги набуває візуальне представлення культурної спадщини у форматах, зручних для сприйняття широкими аудиторіями. Українські народні прикраси – важлива складова матеріальної культури – часто залишаються поза увагою в сучасному медіапросторі, попри їх глибоке етнокультурне значення. Водночас платформа Instagram як візуально орієнтоване середовище створює унікальні можливості для інтерактивної популяризації національної спадщини. Актуальність дослідження зумовлена потребою в адаптації наукових знань про традиційні прикраси до вимог нових медіа, а також необхідністю формування стійкого інтересу до теми серед молоді й представників української діаспори.

Наукова новизна дослідження пов'язана з актуальністю теми, вибором методології дослідження та проблемами, які вирішуються в медіапроекті.

Проблеми, які вирішуються в медіапроекті:



Рис.1 Дерево проблем

Основна проблема, на яку спрямований цей медіапроект, — це брак якісного та доступного контенту про українські народні прикраси в Instagram. Попри те, що ці елементи мають величезне культурне й історичне значення, у сучасному цифровому середовищі про них майже не згадують. Це створює низку труднощів.

По-перше, більшість молодих людей не знають, що таке дукачі, згарди чи силянки. Через те, що ці теми не представлені в Instagram, молодь не має

нагоди дізнатися про них у звичному для себе форматі — у вигляді коротких відео, каруселей або сторіс. Натомість інформаційний простір заповнює контент із глобальними трендами, де місця для локальної культури майже немає.

По-друге, хоча наукові дослідження про українські прикраси існують, вони здебільшого доступні лише фахівцям або музейним працівникам. Простому читачеві важко знайти стислу, цікаву й візуально привабливу інформацію. Мало адаптованого під Instagram формату, який поєднує візуал, сенс і сучасну подачу.

По-третє, платформа Instagram має величезний потенціал для етнокультурних блогів, але наразі цей напрям — недостатньо освоєний. В інформаційній стрічці переважає розважальний або комерційний контент. А от сторінки, які б знайомили з українською візуальною спадщиною, зустрічаються вкрай рідко.

По-четверте, немає сформованої онлайн-спільноти, яка б об'єднувала людей, зацікавлених у темі народних прикрас. Відповідно, культурна пам'ять не передається між поколіннями у форматі, зручному для сучасного користувача.

По-п'яте, ми живемо у час, коли війна з Росією ведеться не лише на полі бою, а й у культурному просторі. Росія продовжує практику знищення української мови, символів, традицій — так само, як це було у XIX столітті, коли вводилися Валуєвський циркуляр та Емський указ[2; 4]. У такій ситуації створення якісного українського контенту в Instagram — це важкий елемент культурного спротиву.

Медіапроект про українські народні прикраси в Instagram частково розв'язує ці проблеми. Він дає змогу подати традиційний контент у зручному форматі, зацікавити молодшу аудиторію, сформувати спільноту навколо української естетики й водночас сприяти збереженню культурної ідентичності в цифрову добу.

Обґрунтування вибору формату медіапроекту. Формат Instagram-блогу обрано як найоптимальніший для реалізації медіапроекту про українські

народні прикраси з огляду на його функціональність, популярність серед цільової аудиторії та високий візуальний потенціал. Станом на початок 2025 року Instagram налічує понад 2,35 мільярда активних користувачів по всьому світу, а щоденно платформу використовують більше 500 мільйонів осіб [19; 44].

Більшість користувачів — це молодь: 62% аудиторії Instagram — у віці до 34 років, а саме ця категорія найбільше цікавиться контентом, пов'язаним із культурною самореалізацією, ідентичністю та естетикою [27]. Для них Instagram став не лише платформою розваг, а й джерелом знань, пошуку натхнення та візуального збереження культури.

Особливістю Instagram є його висока візуальна привабливість: користувачі реагують насамперед на зображення, відео, стильову цілісність профілю та емоційність подачі. Це робить платформу ідеальним майданчиком для сторітелінгу про автентичні прикраси, їх походження, функції та регіональні особливості.

Кожна третя людина в Instagram щонайменше раз на тиждень переглядає Stories брендів або креаторів [51]. А Reels генерують на 22% більше взаємодій, ніж традиційні відео або пости, що підтверджує ефективність короткого відеоформату в культурно-просвітницьких кампаніях [51].

Instagram також дозволяє будувати мікроспільноти навколо ніші: користувачі активно підписуються на блоги за інтересами, коментують, беруть участь в опитуваннях та реагують на контент, що створює атмосферу довіри та залучення. Через це навіть локальні або авторські акаунти мають шанс стати впливовими у своїй темі.

До того ж, платформа підтримує просування органічного контенту, який зберігають, надсилають чи переглядають до кінця, що створює додаткові можливості для охоплення без фінансових витрат. Згідно з даними Shopify, у 2024–2025 роках на 80% зросла кількість малих брендів і блогів, які розпочали просування саме через Instagram, зокрема у сфері культури, крафту й етнотематики [43].

Таким чином, формат Instagram-блогу повністю відповідає цілям проєкту: платформа об'єднує візуальну потужність, прості механізми взаємодії та аудиторію, яка вже готова споживати контент про автентичне. Саме тому вона є ідеальним інструментом для популяризації українських народних прикрас у нових медіа.

Метою роботи є створення, обґрунтування та практична реалізація Instagram-блогу, присвяченого українським народним прикрасам, як засобу збереження, популяризації та переосмислення етнокультурної спадщини в умовах цифрового середовища.

Реалізація поставленої мети передбачає розв'язання таких **завдань**:

1. Проаналізувати наукову, етнографічну та музейну літературу з теми українських народних прикрас.
2. Визначити основні формати репрезентації культурної спадщини в Instagram-блогах.
3. Розробити концепцію, контент-стратегію та візуальний стиль блогу.
4. Реалізувати блог на практиці та провести аналіз ефективності його функціонування.

Об'єктом дослідження є блог про українські народні прикраси на платформі Instagram.

Предметом дослідження є специфіка створення, реалізації, методи просування блогу про українські народні прикраси на платформі Instagram.

Методологічна база дослідження. Методологічна основа дослідження ґрунтується на міждисциплінарному підході, що об'єднує елементи медіазнавства, культурології, соціальних комунікацій та візуальних студій. У роботі застосовано принципи якісного аналізу медіаконтенту, що дозволяє дослідити не лише зміст, а й структуру, стилістику та механізми впливу публікацій на цільову аудиторію. Такий підхід забезпечує глибше розуміння ролі візуального медіапроєкту як засобу популяризації традиційної культури в умовах цифрового середовища.

У дослідженні використано метод контент-аналізу, що дозволив систематизувати матеріали, опубліковані в Instagram-блозі, за тематикою, типами публікацій, характером візуального ряду та стилістикою текстів. Крім того, застосовано елементи візуального аналізу, спрямованого на інтерпретацію образів, композиційних рішень і візуальних кодів, які формують естетичне сприйняття народних прикрас. Також враховано принципи соціокультурного підходу, що передбачає аналіз медіапроєкту як інструменту трансляції культурних цінностей і способу формування ідентичності в медіапросторі.

Наукова та практична значущість роботи. Наукова значущість роботи полягає в осмисленні можливостей соціальних мереж, зокрема Instagram, як інструменту збереження та популяризації традиційної культурної спадщини. У дослідженні розкрито, як візуальні медіа здатні не лише репрезентувати культурні артефакти, а й формувати нові підходи до їх інтерпретації у цифровому просторі. Робота сприяє розвитку теоретичних засад вивчення візуальної комунікації в контексті національної ідентичності, цифрової культури та сучасного народознавства, а також доповнює наукову дискусію щодо інтеграції традиційних знань у нові медійні формати.

Практична значущість полягає у створенні та реалізації дієвого візуального медіапроєкту в Instagram, який може бути прикладом для інших ініціатив, спрямованих на культурно-просвітницьку діяльність у соціальних мережах. Матеріали, розміщені в блозі, можуть використовуватись у музейній роботі, освітніх програмах, народознавчих гуртках або як ресурс для популяризації українських народних прикрас серед молодіжної аудиторії. Крім того, практичний досвід ведення медіапроєкту сприяє формуванню у студентів цифрових, комунікаційних та дизайнерських навичок, необхідних для сучасного фахівця у сфері культури й медіа.

Медіапроєкт спрямований на подолання низки актуальних культурно-інформаційних проблем, пов'язаних із репрезентацією та збереженням української нематеріальної спадщини в умовах цифрового середовища. Створення Instagram-блогу @sontse.jewelry дозволяє звернути увагу на брак якісного

контенту про народні прикраси, низький рівень обізнаності молоді про традиційні символи, а також на потребу в сучасних інструментах візуалізації культури.

Апробація. Результати кваліфікаційного проєкту було апробовано під час XXVII наукової викладацько-студентської конференції «Дні науки» в Національному університеті «Острозька академія» (Острог, 13 травня 2025) з виступом на тему «Особливості створення та просування блогу в інстаграм на тему «Українські народні прикраси»» [9].

Структура та обсяг роботи відповідають меті та поставленим завданням. Дослідження складається з вступу, трьох основних розділів, які поділяються на підрозділи, загальних висновків, списку використаної літератури з 61 позицій.

Розділ I присвячено теоретичному обґрунтуванню теми, аналізу джерельної бази, вивченню аналогічних проєктів та визначенню форматів візуальної репрезентації прикрас у соцмережах.

Розділ II висвітлює технологічні, контентні та організаційні аспекти створення і просування блогу в Instagram. Детально розглянуто контент-план, візуальний стиль, інструменти просування, оцінку ресурсів та ризики реалізації.

Розділ III містить опис практичної реалізації блогу, аналіз процесу запуску, труднощів, з якими стикнувся автор, а також рекомендації щодо подальшого розвитку і масштабування проєкту.

РОЗДІЛ 1

ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ТЕМИ ТА ФОРМАТУ БЛОГУ В INSTAGRAM НА ТЕМУ «УКРАЇНСЬКІ НАРОДНІ ПРИКРАСИ»

1.1. Обґрунтування вибору проблематики медіапроєкту та її актуальність

У сучасному медійному середовищі, де цифрові платформи відіграють провідну роль у поширенні інформації, актуальність звернення до тематики українських народних прикрас зумовлена потребою у візуальному та інформативному представленні елементів традиційної культури. З огляду на трансформації комунікаційних форматів, саме платформи на зразок Instagram демонструють високий потенціал для систематичного представлення культурного контенту. Формат блогу, орієнтований на візуалізацію об'єктів та коротке текстове супроводження, дозволяє поєднувати зображення автентичних предметів із поясненням їх походження, семантики та варіантів використання.

Instagram — це соціальна мережа та мультимедійна платформа, орієнтована на візуальний контент (фото, відео, сторіс, reels), яка дозволяє користувачам створювати персональні профілі, ділитися публікаціями, взаємодіяти з підписниками та просувати проєкти, бренди чи власну творчість. Запущений у 2010 році, Instagram швидко набув популярності завдяки простому інтерфейсу, мобільній доступності та можливості творчого самовираження. Згодом він перетворився не лише на інструмент особистої комунікації, а й на потужний канал для маркетингу, просування брендів, освітніх ініціатив і культурних проєктів [26].

На початку 2025 року кількість активних користувачів Instagram перевищила 2,35 мільярда осіб, з яких понад 60% — у віці до 34 років [26]. В Україні Instagram входить до трійки найпопулярніших соціальних мереж. За результатами опитування (Див. додаток А), понад 92% респондентів мають акаунт у

Instagram, а 73% шукають там пізнавальний або культурно орієнтований контент.

Ця платформа базується на візуальній привабливості, коротких текстах та алгоритмічному поширенні контенту, що дозволяє охоплювати великі аудиторії. Instagram активно використовується культурними інституціями, митцями, дослідниками та активістами для створення інтерактивного контенту, що поєднує наукові знання із сучасною формою подачі. Завдяки використанню хештегів, рубрикації та механізмів зворотного зв'язку (коментарі, повідомлення), Instagram створює умови для двосторонньої комунікації та залучення підписників до візуального діалогу [41; 45].

Instagram надає зручні інструменти для рубрикації, систематизації контенту (через гештеги, архіви, закріплені сторіс), а також дозволяє використовувати формати Reels, Guides, Highlights, що особливо зручно для структурованого подання освітньо-культурного матеріалу [39]. Вбудована «Професійна панель» забезпечує доступ до статистики (охоплення, залучення, демографія аудиторії), що дозволяє постійно вдосконалювати контент-стратегію [42].

Алгоритми платформи сприяють популяризації контенту, який має високий рівень взаємодій у перші години після публікації — збереження, коментарі, репости. Особливу перевагу Instagram віддає постам із залученням інтерактиву (опитування, реакції, запитання у сторіс), що дозволяє будувати довіру до блогу й формувати стабільну спільноту [40].

Формат платформи відповідає сучасній культурі споживання — кліповому мисленню та потребі у короткій, але емоційно насиченій інформації. Instagram дозволяє створювати лаконічні й естетично привабливі повідомлення, що викликають інтерес і швидко запам'ятовуються. Саме тому платформа стала ключовим інструментом для візуальної комунікації в культурному секторі [60].

У контексті популяризації українських народних прикрас Instagram стає ефективним каналом для поєднання науково обґрунтованого змісту з привабливим візуальним представленням. Це підсилює естетичне сприйняття й підвищує рівень залучення аудиторії.

Проблематика збереження та популяризації матеріальної культурної спадщини, зокрема традиційних прикрас, перебуває у фокусі культурологічного та освітнього дискурсу. Попри наявність значної кількості друкованих і наукових джерел, в онлайн-просторі бракує систематизованої інформації у зручному, інтерактивному форматі. Це створює передумови для ініціювання проєктів, які поєднують інформаційний зміст з актуальними формами візуального представлення, відповідними до логіки нових медіа [22].

Об'єктом медіапроєкту є система традиційних прикрас, які функціонували в побутовому, обрядовому та етнографічному контекстах української культури. Через призму індивідуальних історій окремих предметів — намиста, дукачів, згардів, хрестиків, головних уборів тощо — можна простежити типологічне різноманіття, соціальні та регіональні особливості їх функціонування.

Інтерес до теми українських прикрас зростає також у контексті переосмислення етнічного стилю в сучасній моді, дизайні та масовій культурі. Прикраси, як візуальні маркери приналежності до певної культури, дозволяють поєднати історичну перспективу з сучасним споживанням інформації. Це, в свою чергу, відкриває можливості для рефлексії над питаннями автентичності, репрезентації та культурної спадкоємності через інструменти цифрового сторітелінгу [7; 25].

Усе це вказує на доцільність створення блогу в Instagram на тему українських народних прикрас як форми реалізації пізнавального й культурно-комунікативного медіапроєкту. Такий підхід дозволяє поєднати наукову інформацію з механізмами популяризації традиційної спадщини у віртуальному середовищі. У свою чергу, звернення до зручного для користувачів формату стимулює залучення нових аудиторій до ознайомлення з темою та формування стійкого інтересу до національної культурної традиції.

1.2. Проблематика медіапроєкту в джерелах та літературі

Останнє десятиліття відзначено активним поширенням соціальних мереж, серед яких Instagram посідає провідне місце як візуально-орієнтована медіаплатформа. Вона швидко трансформувалась із сервісу для обміну фотографіями у повноцінну цифрову екосистему, що поєднує функції персонального брендингу, масової комунікації та культурного впливу. У зв'язку з цим зростає зацікавлення дослідників феноменом Instagram у контексті медіаантропології, візуальних студій та цифрової культурології [28; 55].

Наукові праці А. Marwick, С. Abidin, Р. Highfield підкреслюють, що Instagram є платформою візуального сторітелінгу, де важливу роль відіграють естетика, алгоритмічне ранжування та інтерактивна взаємодія з аудиторією. В українському дослідницькому полі цю тематику розвивають Л. Масенко, Т. Носко, Ю. Мірошніченко, які трактують соцмережі як середовище нових культурних смислів та репрезентації ідентичностей [10; 16].

Функціональні можливості Instagram — зокрема гештеги, reels, сторіс, highlights, прямі ефіри — створюють умови для візуального структурування інформації, що особливо цінно в контексті культурно-просвітницьких ініціатив. Ці інструменти дозволяють ефективно транслювати етнографічні, історичні або мистецтвознавчі знання у форматі, зручному для сучасного користувача [46].

У працях з візуальних комунікацій та SMM, зокрема Shopify та Socialinsider, наголошується на тому, що ефективність культурного контенту залежить від чіткого поєднання змістовності, візуальної привабливості та інтерактивності. Алгоритми Instagram підтримують поширення контенту, який відповідає інтересам аудиторії та має високий рівень залучення — збереження, коментарі, опитування, реакції [54; 56].

Тематика українських народних прикрас широко представлена у фаховій літературі. Зокрема, Н. Білик, Г. Стельмашук, Л. Шевченко, О. Найден аналізують прикраси як частину традиційного костюма, обрядової культури та

візуальної ідентичності регіонів. У цих працях акцентується на типології прикрас, матеріалах (коралі, срібло, скло, монети), техніках виготовлення та семантичному наповненні [13; 21; 24; 61].

Музейні видання, особливо каталоги Національного центру народної культури «Музей Івана Гончара», подають систематизований опис прикрас як експонатів, що репрезентують регіональну та художню різноманітність української спадщини [15]. Також у працях Н. Кондратюк, С. Кравченко та А. Гуменюк обґрунтовується символіка кольору, орнаменту та форми прикрас як культурного коду [6; 8; 23].

Методичні посібники з образотворчого мистецтва та культурології розглядають прикраси як засіб вивчення етнічної спадщини, розвитку творчого мислення та формування культурної свідомості. Проте ці джерела переважно орієнтовані на академічне або шкільне середовище й рідко адаптовані до форматів візуальної цифрової комунікації.

Таким чином, аналіз наукових, музейних, методичних і цифрових джерел дозволяє зробити висновок про високий потенціал теми українських прикрас для візуальної репрезентації у нових медіа. У той час як теоретичне підґрунтя вже сформоване, практична реалізація в інтерактивному форматі, зокрема через Instagram-блог, залишається малодослідженою. Це створює передумови для ініціювання проекту, що поєднує академічну достовірність із візуальною привабливістю та доступністю сприйняття.

1.3. Аналіз популярних Instagram-блогів на етнокультурну тематику

У цифрову епоху, коли соціальні мережі стали ключовим каналом комунікації, аналіз конкурентів відіграє важливу роль у стратегічному плануванні будь-якого медіапроектів. Згідно з дослідженням Shopify, вивчення конкурентних сторінок дозволяє краще зрозуміти потреби цільової аудиторії, визначити переваги й недоліки інших брендів, сформувати унікальну ціннісну

пропозицію [54]. Крім того, Sprout Social зазначає, що медіапроекти, які регулярно аналізують конкурентне середовище, отримують на 24% вищу залученість аудиторії порівняно з тими, хто цього не робить [58].

У сфері Instagram-блогінгу, особливо у вузьких нішах, таких як етнокультурна тематика, аналіз аналогічних акаунтів допомагає:

- з'ясувати формати контенту, що працюють найкраще;
- оцінити ефективність візуальної подачі;
- адаптувати успішні підходи до власного стилю;
- уникнути дублювання контенту або помилок конкурентів [31].

З огляду на це, в рамках підготовки медіапроектів було здійснено цілеспрямований аналіз трьох активних Instagram-блогів, що працюють з темою українських традиційних прикрас, — @vichnistt, @etno.namystynka та @liliana.antoniv. Їхній детальний порівняльний опис подано у Додатку Б.

Блог @vichnistt зосереджений на автентичних бісерних прикрасах. Він вирізняється якісним візуальним контентом та естетично цілісним стилем. Формати публікацій — фотокаруселі, Reels, сторіс — добре адаптовані до Instagram. Однак частота постів (2–5 на місяць) є недостатньою для утримання активності підписників. Основною перевагою акаунту є чітке позиціювання — автентичність і ручна робота. Основний недолік — нерегулярність контенту, що впливає на алгоритмічне просування [60].

Профіль @etno.namystynka демонструє прикраси зі срібла й металу в авторському стилі, поєднуючи традиційні елементи з сучасною модною стилізацією. Блог регулярно оновлюється (5–10 постів на місяць), має витриманий візуальний стиль і активно залучає аудиторію через колаборації з брендами та іншими блогерами. Це дозволяє підтримувати інтерес до контенту та формувати сталу спільноту. Такий підхід був частково запозичений для концепції власного медіапроектів, зокрема в частині стилізації прикрас та подачі візуального ряду [32].

Блог @liliana.antoniv є найбільшим за кількістю підписників серед аналізованих (понад 12 000). Його особливістю є поєднання комерційного підходу з глибоким культурним контекстом. У публікаціях фігурують як самі прикраси, так і розповіді про їхнє значення, походження, історії з майстерень. Блог демонструє високу активність — до 25 публікацій на місяць — і використовує різні формати контенту. Проте відсутність візуальної цілісності стрічки знижує загальне естетичне сприйняття акаунту, що є помітною слабкою стороною.

Аналіз конкурентів дозволив сформулювати низку висновків щодо найефективніших практик для Instagram-блогу з етнокультурною тематикою: — регулярність і послідовність публікацій є критично важливою для утримання охоплень;

- стильова сталість візуального контенту підвищує впізнаваність бренду;
- змістовне поєднання історичної інформації та візуальної привабливості формує глибше зацікавлення темою;
- активна взаємодія з підписниками (коментарі, сторіс, опитування) посилює залученість і сприяє органічному росту аудиторії.

На основі цих висновків було спроектовано візуальну й контентну концепцію блогу @sontse.jewelry. У ньому реалізовано структуровану подачу матеріалу за тематичними рубриками, збережено цілісний стиль, використовуються різні формати публікацій, а історичні факти подаються в лаконічній і доступній формі. Блог орієнтований на молоду аудиторію, яка цікавиться українською культурою, та поєднує функції просвітницького ресурсу й сучасного візуального бренду.

1.4. Обґрунтування формату медіaproєкту

Для розробки свого кваліфікаційного медіaproєкту ми обрали формат блогу на платформі Instagram. Це рішення зумовлене поєднанням кількох ключових чинників: орієнтацією платформи на візуальний контент, її широкою популярністю серед молодіжної аудиторії, функціональними можливостями для

подачі освітньо-культурного матеріалу, а також доступністю інструментів аналітики й просування.

Instagram — одна з найбільш динамічних соціальних платформ, що забезпечує простір для поєднання естетики, інформативності та інтерактивності. Згідно з аналітичними звітами Datareportal та Sprout Social, у 2025 році Instagram продовжує зростати, зокрема серед користувачів віком 18–34 років — саме цієї вікової групи, яка водночас є основною аудиторією нашого блогу [11; 30]. Крім того, за дослідженням Shopify, користувачі Instagram очікують на контент, що поєднує візуальну привабливість із цінною інформацією, короткі відеоформати та персональну взаємодію [46; 47].

Формат блогу було обрано як оптимальний для реалізації концепції, що базується на коротких поясненнях елементів традиційних прикрас, їх семантики, походження, матеріалів і технік виготовлення. Платформа дозволяє ефективно подавати цю інформацію у вигляді Reels, фотокаруселей із текстовими вставками та сторіс із опитуваннями й реакціями. Водночас наявність Highlights дає змогу архівувати публікації за тематичними рубриками, що сприяє зручній навігації та систематизації контенту.

Крім того, Instagram підтримує органічне охоплення нової аудиторії через алгоритмічне просування. Пости, які мають активну взаємодію (збереження, коментарі, поширення), частіше з'являються в рекомендаціях. Це дає змогу розширювати аудиторію без залучення платного просування, орієнтуючись на якісний контент та емоційний контакт з підписниками. За спостереженнями авторки під час ведення блогу @sontse.jewelry, саме відео- та фотопости з лаконічною історією прикраси отримували найбільшу кількість переглядів і збережень.

Ще одним аргументом на користь Instagram стала можливість постійної комунікації з аудиторією. Інструменти Stories і коментарі дозволяють не лише отримувати зворотний зв'язок, а й залучати підписників до створення контенту

— через запитання, опитування, реакції. Це підсилює відчуття спільноти навколо теми блогу й робить платформу не просто засобом трансляції, а повноцінним комунікаційним простором.

Обираючи відеоблог на платформі Instagram як формат свого медіапроєкту, ми розраховуємо на те, що ця платформа надасть нам можливість ефективно донести інформацію про українські народні прикраси до цільової аудиторії, використовуючи візуальні, інтерактивні та аналітичні інструменти цієї соціальної мережі.

1.5. Класифікаційні характеристики медіапроєкту

Медіапроєкт, реалізований у форматі Instagram-блогу на тему «Українські народні прикраси», підлягає класифікації за кількома параметрами, що визначають його структуру, цільове призначення, формат подачі та тип комунікації.

Насамперед проєкт належить до освітньо-культурологічного типу, оскільки його зміст орієнтований на поширення знань про традиційну матеріальну культуру, зокрема візуальні зразки прикрас, їхнє походження, функції та семантику. За предметною спрямованістю проєкт є вузькотематичним, адже охоплює конкретний сегмент етнографічної спадщини – прикраси як елемент традиційного вбрання та культурного коду.

За тривалістю: Проєкт є довготривалим, оскільки передбачає поступове накопичення та систематизацію матеріалів протягом тривалого періоду. Його мета – створення стійкого цифрового архіву, який постійно поповнюється новими даними про українські народні прикраси.

За повторюваністю: Проєкт є повторюваним, адже контент публікується регулярно (наприклад, щотижневі пости чи серії), що забезпечує стабільну взаємодію з аудиторією та підтримує її інтерес до тематики.

За локалізацією: Проєкт має загальноукраїнський характер, оскільки охоплює прикраси з різних регіонів України, відображаючи культурне розмаїття країни. Це дозволяє залучити аудиторію з різних куточків України та діаспори.

За медіумом: Це інтернет-проект, реалізований у цифровому середовищі Instagram, що забезпечує доступність контенту для широкої аудиторії та відповідає сучасним трендам споживання інформації.

За формою подачі: комбінований – Платформа Instagram дає змогу поєднувати різні формати контенту, тож у межах медіапроекту основний акцент зроблено на візуальну репрезентацію українських народних прикрас через фото, короткі відео (Reels), пости-каруселі з поясненнями, інтерактивні stories та збережені архіви (Highlights). Така форма подачі дозволяє ефективно поєднати естетичність, інформативність і взаємодію з аудиторією, що особливо важливо для платформи, орієнтованої на візуальне сприйняття та емоційне залучення.

За формою організації контенту медіапроект є моносценічним, тобто зосередженим в межах одного візуального середовища – Instagram. Такий підхід забезпечує єдність стилістики, формату подачі та взаємодії з аудиторією. Блог структуровано відповідно до вимог цифрової платформи: кожна одиниця контенту (пост) поєднує зображення об'єкта з коротким текстовим поясненням. Також застосовується рубрикація за допомогою хештегів та актуальних сторіс, що сприяє зручній навігації та тематичному згрупуванню матеріалів.

У комунікаційному аспекті проект орієнтований на односторонню та частково інтерактивну модель взаємодії з аудиторією. Основна інформація передається через авторські пости, але водночас реалізується зворотний зв'язок у вигляді коментарів, запитань, обговорень у сторіс, опитувань та інших інструментів залучення. Це дає змогу враховувати інтереси підписників, коригувати тематику та розширювати межі проекту відповідно до їхніх запитів.

За характером реалізації медіапроект має некомерційний освітньо-дослідницький характер. Його створення не пов'язане з прямим маркетинговим просуванням, а спрямоване на інформування, освіту та збереження культурної спадщини в цифровому форматі. Разом з тим проект має потенціал для масштабування: він може слугувати базою для створення онлайн-архіву, віртуальної виставки або супровідного матеріалу до офлайн-подій, таких як виставки, лекції чи презентації, що розширюють його вплив та аудиторію.

Висновки до першого розділу

Створення блогу на тему українських народних прикрас на платформі Instagram є актуальним і перспективним напрямом у сфері цифрової культурної комунікації. У сучасному інформаційному середовищі Instagram виступає потужним інструментом візуального сторітелінгу, що дозволяє поєднати естетичну складову з просвітницькою метою. Саме тому формат відеоблогу був обраний як найефективніший спосіб репрезентації традиційної спадщини в зручному, динамічному та візуально привабливому вигляді.

У процесі підготовки проєкту було виявлено, що тема українських прикрас широко представлена в етнографічних, культурологічних і мистецтвознавчих джерелах, проте майже не адаптована до вимог і форматів нових медіа. Це засвідчує потребу в осучасненні подачі традиційного матеріалу через зручні цифрові канали, зокрема Instagram, який активно використовується молоддю — нашою основною цільовою аудиторією.

Аналіз Instagram-блогів зі схожою тематикою (Додаток Б) дозволив визначити ефективні практики ведення сторінки, а також слабкі місця, яких слід уникати. Було встановлено, що для успішного культурного блогу важливими є візуальна сталість, регулярність публікацій, чітка тематична рубрикація та активна взаємодія з підписниками. Саме ці принципи були покладені в основу нашого медіапроєкту.

Крім того, ми класифікували проєкт за низкою параметрів: він є довготривалим, некомерційним, культурно-освітнім, реалізується в цифровому середовищі та використовує комбінований формат подачі — фото, відео, каруселі, Reels і сторіс. Така модель дозволяє забезпечити комплексну взаємодію з аудиторією, підвищуючи рівень залученості й інтересу до традиційної культури.

Таким чином, перший розділ дозволив сформувану ґрунтовну теоретичну базу медіапроєкту, обґрунтувати вибір платформи, формату та тематики, а також закласти основу для практичного етапу реалізації блогу. Ретельно

продумана структура, орієнтація на цільову аудиторію та адаптація етнокультурного контенту до сучасних візуальних трендів створюють умови для ефективної реалізації поставлених цілей.

РОЗДІЛ II. ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ТА ПРОСУВАННЯ INSTAGRAM-БЛОГУ ПРО УКРАЇНСЬКІ НАРОДНІ ПРИКРАСИ

2.1. Управління змістом медіапроєкту



Рис.2.1.1 Життєвий цикл медіапроєкту

Планування є критичним етапом у процесі реалізації будь-якого медіапроєкту, адже саме від нього залежить структурованість, цілісність і результативність усіх наступних дій. Як зазначає дослідниця Г. Михайлова, чітке планування забезпечує узгодженість між творчими і технічними компонентами медіапроєкту, підвищує ефективність управління ресурсами та мінімізує ризики на етапі реалізації [12]. Також експерти платформи Hootsuite підкреслюють, що успішні медіапроєкти на соціальних платформах демонструють на 376% кращу залученість аудиторії у разі наявності чіткого контент-плану [33; 57; 59].

Етап планування розпочався з формування теми та концепції проєкту. Було визначено основну ідею – створення візуального Instagram-блогу, присвяченого українським народним прикрасам, їхньому походженню, типології та символіці. Визначено ключові напрями контенту: фотоісторії, Reels, освітні публікації, пояснення термінів та інтерактив зі спільнотою.

На етапі дослідження здійснювалося вивчення літератури, наукових і музейних джерел, аналіз конкурентних блогів та опитування аудиторії. Це дозволило виявити найцікавіші для користувачів теми й візуальні формати, а також зібрати культурно обґрунтовану інформацію про прикраси.

Контент-план проєкту було сформовано з урахуванням стратегічної логіки Instagram. Він передбачає публікацію вчасну публікацію матеріалів чергування форматів (пости-каруселі, Reels, Stories, Highlights) та рубрикацію, а також адаптацію вмісту до ключових алгоритмічних критеріїв платформи. Крім того, попередньо визначені хештеги, стилістичні рішення й механізми залучення аудиторії – опитування, реакції, коментарі, заклики до взаємодії. Це дозволило підтримувати постійний контакт із підписниками та оперативно коригувати стратегію відповідно до аналітики.

На етапі створення відбувалася зйомка об'єктів, обробка фото та відео, написання текстів із врахуванням естетичних, історичних і емоційних складових. Для монтажу використовувалися мобільні застосунки Captions, VN, Canva, що забезпечувало якість і оперативність публікацій.

Завершальний етап включав публікацію, модерування (відповіді на коментарі, сторіс-опитування), щотижневий аналіз статистики (охоплення, збереження, реакції) та коригування стратегії на основі реакції аудиторії. На платформі активно використовувалися аналітичні інструменти Instagram Insights.



Рис. 2.1.2. Дерево цілей медіапроєкту

На основі загальної концепції було сформовано дерево цілей [27].

Головна ціль – створити впізнаваний Instagram-блог про українські традиційні прикраси. Вона охоплює цілісне представлення візуальної спадщини у сучасному форматі, популяризацію культури серед молоді та підтримку етнокультурного дискурсу. Мета полягає в тому, щоб поєднати естетичний контент із просвітницькими функціями, адаптованими до динамічного цифрового середовища.

Освітня ціль – надати аудиторії короткі, але обґрунтовані знання про символи, походження й функції прикрас. Через науково-популярну подачу, дописи й відео пояснюється значення конкретних елементів прикрас, їх регіональна специфіка та зв'язок з обрядами й віруваннями.

Візуальна ціль – створення естетично впізнаваного контенту з єдиною стилістикою (колірна палітра, типографіка, композиція фото). Ця мета спрямована на формування унікального візуального бренду сторінки, що посилює довіру та сприяє впізнаваності блогу серед аналогічних акаунтів.

Комунікаційна ціль – формування активної спільноти навколо теми, зворотний зв'язок із підписниками, використання механізмів інтерактиву. Цей напрям передбачає активне залучення підписників до коментарів, опитувань, обміну досвідом і персональних історій, пов'язаних із прикрасами.

Архівна ціль – зібрати цифрову колекцію прикрас з різних регіонів України, яка залишиться доступною після завершення активної фази проєкту. Така колекція виконує функцію довготривалого освітнього ресурсу, доступного для дослідників, освітян і зацікавлених користувачів [1].

Інструмент WBS (Work Breakdown Structure – структура розбиття робіт) став основою для покрокового впровадження медіапроєкту у форматі Instagram-блогу про українські народні прикраси. Ця система дозволяє розбити весь проєкт на послідовні рівні задач і дій, спростити їхню організацію, відстежувати прогрес виконання та коригувати дії відповідно до змін або зворотного зв'язку від аудиторії. .

На першому етапі формулюється глобальна мета — створення пізнавального та візуально привабливого блогу, який поєднує культурно-освітню

функцію з активною взаємодією в соцмережі. Далі ця мета деталізується до окремих блоків діяльності: тематичне дослідження, аналітика, виробництво контенту та підсумкова оцінка ефективності. У середині кожного блоку визначаються конкретні завдання, що дозволяє систематизувати дії та зробити їх взаємопов'язаними.



Рис. 2.1.3. Структура розбиття робіт (WBS) проекту

Другий рівень стосувався безпосередньо аналізу конкурентного середовища та вивчення потреб цільової аудиторії. Було проведено аналіз трьох прямих конкурентів, які працюють у тематиці українських традиційних прикрас. Крім того, у межах онлайн-опитування зібрано дані про інтереси, вікову структуру та інформаційні запити потенційних підписників. Це дозволило краще зрозуміти очікування аудиторії та адаптувати концепцію блогу під реальні потреби користувачів.

Третій рівень охоплював розробку та реалізацію блогу. На цьому етапі створено візуальну концепцію профілю, підібрано кольорову палітру, оформлено Highlights, прописано біо та аватарку. Паралельно було складено контент-план, який враховував сезонність, інформативну глибину й баланс форматів

(Reels, каруселі, сторіс). Після цього відбувалась безпосередня підготовка контенту — зйомки прикрас, написання текстів, обробка фото та відео, публікація дописів із урахуванням пікових періодів активності аудиторії.

Четвертий рівень стосувався моніторингу результатів та внесення коректив. Аналізувались охоплення, збереження, вподобання та коментарі за допомогою внутрішньої аналітики Instagram. Визначались ефективні формати, теми, рубрики. За результатами оцінки відбувалось покращення візуалу, зміна частоти публікацій або подачі інформації, що сприяло утриманню уваги підписників. Окремо розглядалася ефективність використання гештегів, які допомагали збільшити органічне охоплення та залучати нову аудиторію.

Таким чином, усі рівні декомпозиції в межах WBS забезпечили поетапну реалізацію блогу з урахуванням як творчих, так і стратегічно-комунікаційних складників. Такий підхід дозволив створити цілісний продукт, який поєднує культурно-просвітницьку функцію з актуальними вимогами цифрової платформи.

На основі WBS структури було виокремлено кілька ключових етапів реалізації проекту «Особливості створення та просування блогу в інстаграм на тему «Українські народні прикраси»:

Підготовчий етап. На цьому етапі було сформульовано основну мету проекту, зібрано актуальні джерела з теми українських прикрас, опрацьовано наукову й музейну літературу. Дослідження функціонування Instagram, аналіз візуальних трендів і вивчення алгоритмів допомогли вибудувати концепцію подачі, адаптовану до вимог платформи.

Дослідницький етап. Основну увагу приділено аналізу блогів на схожу тематику та вивченню потреб аудиторії на основі проведеного опитування. Цей блок дав змогу окреслити сильні сторони конкурентів, визначити інформаційні прогалини і сформувати унікальні переваги майбутнього блогу.

Етап створення блогу. У межах цього етапу реалізовано візуальне оформлення профілю (шапка, аватар, Highlights), розроблено контент-план відповідно до сезонності й типів прикрас, налагоджено ритм публікацій. Проводилася практична робота: виготовлення прикрас, фото- та відеозйомка, написання пояснювальних текстів, оформлення Reels, Stories та каруселей.

Аналітичний етап. Цей етап передбачав оцінку ефективності блогу за кількісними та якісними показниками: охоплення, вподобання, збереження, активність у коментарях. Було визначено найбільш дієві формати та періоди публікацій. Оцінювався також вплив хештегів і взаємодії зі сторіс. Зібрані дані стали основою для коригування контентної стратегії.

Представлення результатів. Завершальним кроком стало оформлення напрацьованих результатів у форматі презентації на студентсько-викладацькій конференції «Дні науки» в Національному університеті «Острозька академія», що стало формальною апробацією проєкту та дало змогу отримати фахові коментарі від викладачів і однокурсників.

2.2. Управління часом у медіапроекті

Таблиця 2.2.1

Вид діяльності	Витрачений час
Дослідження теми українських традиційних прикрас у джерелах та літературі	4 тижні по 3 години на день Разом: 84 години
Аналіз блогів-конкурентів, стилістики оформлення, типів контенту	1 тиждень по 1 годині щодня Разом — 7 годин
Ознайомлення з трендами Instagram та алгоритмами просування	5 днів по 1,5 години Разом — 7,5 годин
Визначення цільової аудиторії та шляхів комунікації з нею	4 години
Формування контент-стратегії та розкладу публікацій	3 години
Підбір візуальних матеріалів: історичні фото, зразки прикрас	5 годин
Обробка фотографій, верстка постів у форматі каруселей, монтаж відео	11 постів по 1.5 години Разом — 16,5 годин
Публікація, підбір хештегів, робота зі сторіс та взаємодія з	6 годин

підписниками	
Аналіз охоплень, реакцій аудиторії, збережень і коментарів	4 години
Підготовка підсумкової презентації та оформлення медіапроєкту для захисту	3 години

Управління часом відіграє ключову роль у реалізації будь-якого медіа-проєкту, особливо коли йдеться про комплексну роботу з візуальним контентом у соціальних мережах. Для ефективного планування етапів проєкту та контролю навантаження було використано принципи тайм-менеджменту, зокрема рекомендації, викладені у праці «Тайм-менеджмент про те, як знайти час на все і на цей проєкт зокрема» [14]. Крім того, методологія управління часом у медіаплануванні орієнтується на посібники PMI (Project Management Institute), де час розглядається як один із базових факторів успішності реалізації проєкту [50].

Загальна тривалість реалізації медіапроєкту склала чотири місяці. Найбільшу частину часу — 84 години — було витрачено на дослідження теми українських традиційних прикрас у джерелах, науковій, музейній та етнографічній літературі. Цей етап став базою для подальшої роботи над контентом блогу.

Паралельно здійснювався аналіз блогів-конкурентів — прямих і непрямих, вивчення їхньої стилістики, подачі матеріалу, структури візуального оформлення. Ця діяльність зайняла 7 годин і дозволила виявити тенденції та віднайти нішу для власного медіапроєкту. Окремо було виділено 7,5 години на ознайомлення з алгоритмами Instagram, актуальними трендами у форматах публікацій, техніками залучення аудиторії. Це дало змогу адаптувати майбутній контент до очікувань платформи, а також зрозуміти динаміку просування постів, взаємодії через Stories, Reels і каруселі [24].

Вивчення цільової аудиторії, її інтересів і способів комунікації з нею зайняло 4 години. Формування контент-стратегії, планування рубрик і графіка публікацій потребувало ще 3 години роботи. Для забезпечення автентичності та

візуального різноманіття медіапроєкту було виділено 5 годин на підбір візуальних матеріалів — фото зразків прикрас, архівні зображення, етнографічні джерела.

Найбільш трудомістким етапом стала обробка фотографій, верстка постів у форматі каруселей та монтаж коротких відео — 16,5 години, оскільки йшлося про створення 11 повноцінних публікацій. Наступним етапом стала безпосередня публікація контенту, добір хештегів, оформлення Stories, реакція на коментарі підписників — усе це зайняло 6 годин.

Аналіз охоплень, збережень, реакцій та коментарів потребував ще 4 години, що дозволило оцінити ефективність контенту та адаптувати подальшу стратегію просування. Підсумкова підготовка презентації та оформлення медіапроєкту для захисту зайняла 3 години.

Управління часом у медіапроєкті було організоване за принципом поетапного поділу завдань, кожне з яких мало свою часову оцінку та завершення. Такий підхід дозволив раціонально використовувати ресурси та уникнути перевантаження на окремих етапах, забезпечивши систематичну реалізацію контенту впродовж усього періоду роботи.

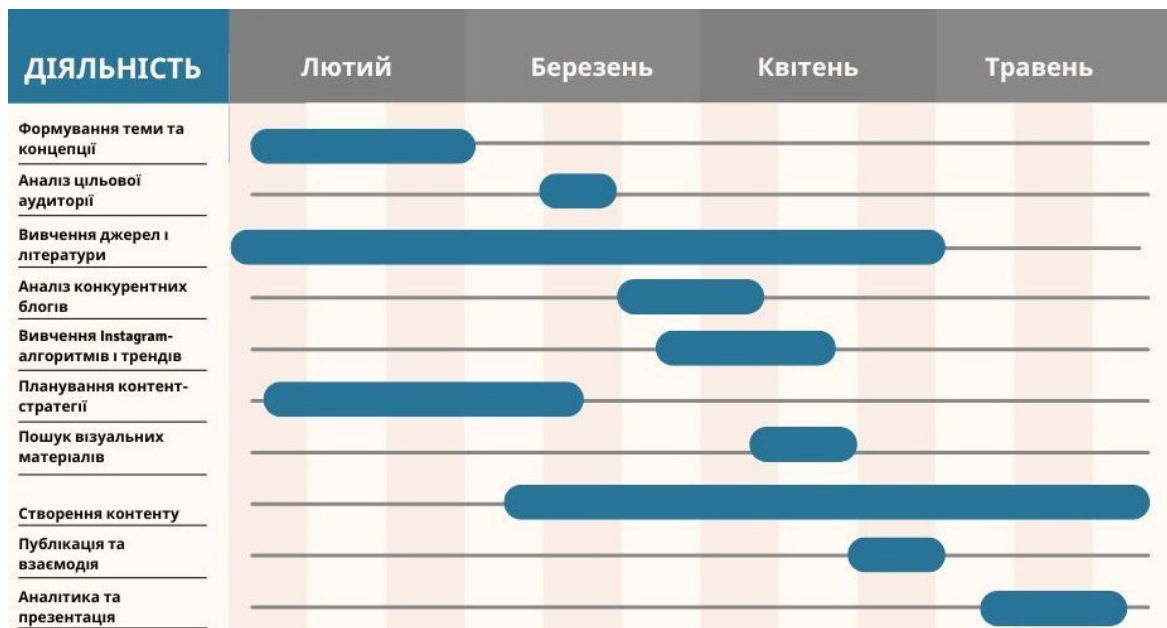


Рис. 2.2.1 Діаграма Ганта, розроблено засновуючись на [28]

2.3. Управління ресурсами та закупівлями медіапроєкту

Ефективне управління ресурсами відіграло ключову роль у реалізації медіапроєкту «Instagram-блог про українські народні прикраси». У проєкті було задіяно технічні, матеріальні, інформаційні та людські ресурси, організовані відповідно до структури RBS (Resource Breakdown Structure).

Технічні ресурси включали смартфон із високоякісною камерою, який використовувався як головний інструмент для фото- та відеозйомки. Він забезпечував зручність мобільного монтажу та публікації контенту безпосередньо через застосунок Instagram. Додатково використовувався компактний штатив для фіксації кадру, що дозволило знімати стабільні відео, особливо у форматі Reels та каруселей. Для покращення якості звуку в голосових вставках або відео з коментарем застосовувався зовнішній мікрофон, що забезпечував чистий, чіткий звук без зайвого фонового шуму — це критично важливо для професійного сприйняття контенту в Instagram, де звук відіграє важливу роль у залученні аудиторії.

Фінансові ресурси включали предмети, необхідні для створення тематичного візуалу. Зокрема, були закуплені матеріали для відтворення прикрас — бісер, нитки, стрічки — загальною вартістю 1000 грн. Це дало змогу створити унікальні візуальні образи, максимально наближені до автентичних зразків. Крім того, для поглибленого занурення у тематику придбано книжку О. Федорчук «Українські народні прикраси з бісеру» (490 грн), яка стала важливим джерелом історичних даних і візуальних референсів.

Людські ресурси у межах проєкту були обмежені. Усі етапи реалізації блогу — від розробки концепції та контент-плану до створення публікацій — виконувались автором самотійно. Постановочні відео не знімалися, натомість контент формувався на основі фото та коротких відео із зафіксованими прикрасами, макрозйомкою та демонстрацією деталей. Це дало змогу зосередитися на візуальній репрезентації об'єктів, не залучаючи сторонніх учасників.

Інформаційні ресурси охоплювали джерела, які використовувалися на етапі дослідження: наукові, музейні та популярні публікації про українські прикраси, а також сучасні аналітичні матеріали про роботу Instagram. Загальна кількість опрацьованих джерел перевищує 50, проте для дипломної роботи буде відібрано та включено найрелевантніші з них — ті, що відповідають академічним критеріям, з чітко зазначеним авторством, роком видання та фактичним змістом. Це дозволить зберегти наукову обґрунтованість дослідження без перевантаження списку літератури. Також до інформаційної бази увійшли власні аналітичні спостереження щодо активності аудиторії, статистики переглядів і залучення у блозі.

Управління ресурсами в межах цього медіапроєкту здійснювалося з урахуванням принципів економічності, доцільності та функціональності. Кожен ресурс — від технічного інструментарію до контентних джерел — відіграв важливу роль у досягненні мети: створення якісного, пізнавального і візуально привабливого Instagram-блогу про українські народні прикраси.

2.4. Управління вартістю медіапроєкту

Управління вартістю є одним із ключових етапів реалізації медіапроєкту, оскільки дозволяє раціонально використовувати фінансові ресурси та досягати поставлених цілей без перевищення бюджету. У межах реалізації блогу в Instagram на тему українських народних прикрас було сформовано детальний кошторис, який охоплює всі основні витрати на технічні, матеріальні й інформаційні ресурси.

Таблиця 2.4.1

Кошторис проєкту

Продукт/ послуга	Вартість
Штатив	850 гривень
Мікрофон	1500 гривень
Підписка на програму для субтитрів “Captions” на 2 місяці	985 гривень

Книга О.Федорчук “Українські народні прикраси з бісеру”	490 гривень
Матеріали для відтворення прикрас (бісер, нитки, стрічки)	1000 грн

Серед найбільш затратних позицій — мікрофон, який забезпечував якісне звучання голосових пояснень у відео та коштував 1500 гривень. Це особливо важливо в умовах створення просвітницького контенту, де чіткість звуку відіграє критичну роль. Для стабілізації зображення під час зйомок було придбано штатив за 850 гривень, що дозволило створювати більш професійні та статичні кадри у форматах Reels і каруселей.

Для покращення доступності контенту та його зручного сприйняття, була оформлена підписка на програму для субтитрування “Captions” на два місяці, яка коштувала 985 гривень. Вона дозволила додавати субтитри автоматично, що, згідно з дослідженнями, суттєво підвищує залученість користувачів.

Інформаційний супровід блогу також передбачав витрати. Зокрема, було придбано книгу О. Федорчук «Українські народні прикраси з бісеру» вартістю 490 гривень, яка стала одним із ключових джерел при створенні текстів до публікацій та Reels. Ще одна частина бюджету — це матеріали для відтворення прикрас, а саме бісер, нитки, стрічки, що загалом обійшлись у 1000 гривень. Ці витрати були пов’язані з виготовленням наочних зразків та візуальним оформленням постів.

Усі витрати були заздалегідь сплановані, розраховані відповідно до функціоналу та значущості елементів. Загальна сума витрат склала 4825 гривень. У межах студентського проєкту це є обґрунтований бюджет, який дозволив реалізувати якісний візуальний і текстовий контент, використовуючи мінімальні, але стратегічно важливі закупівлі.

Таким чином, управління вартістю медіапроєкту базувалося на принципах економності, доцільності та оптимізації. Завдяки попередньому плануванню витрат і обґрунтованому підходу до закупівель, вдалося досягти високого рівня якості контенту без надмірного фінансового навантаження. Це

доводить, що навіть обмежений бюджет за правильного управління здатен забезпечити ефективне функціонування і розвиток просвітницького блогу в соціальних мережах.

2.5.Управління якістю медіапроєкту

Забезпечення належної якості медіапроєкту — один із ключових елементів його ефективної реалізації. У цьому контексті управління якістю охоплює комплекс дій, спрямованих на досягнення високого рівня технічного, змістового й візуального виконання контенту, який відповідає очікуванням аудиторії та стандартам цифрової комунікації. Насамперед, якість залежить від технічного оснащення. У проєкті використовувався смартфон із якісною камерою, який забезпечував чітке зображення та дозволяв оперативно монтувати і публікувати матеріали безпосередньо з мобільного пристрою. Використання штатива сприяло стабільності зображення, що є критично важливим при створенні Reels-відео та каруселей. Додатково для покращення аудіо було використано мікрофон, який дозволив уникнути шумів та забезпечити чистоту звучання. Ці елементи технічної бази напрямку впливали на сприйняття контенту користувачем.

Змістове наповнення відіграло не меншу роль. Теми публікацій добирались із урахуванням культурного значення прикрас, естетики їх виконання, символіки та регіонального походження. Візуал доповнювався короткими, інформативними текстами, що розкривали суть об'єкта — дукачів, силянок, згардів тощо. Таким чином, візуальна й текстова частина працювали синергійно, підвищуючи пізнавальну цінність контенту.

Щоб підвищити якість подачі, використовувалися актуальні можливості Instagram, зокрема формат Reels, каруселей і Stories. Вони дозволяли варіювати форми подачі залежно від змісту. Наприклад, візуальні добірки з прикрасами зручно оформлювались у форматі каруселей, а короткі відео з поясненнями — у

Reels. Для створення субтитрів і монтажу використовувалася програма “Captions”, що дало змогу зробити контент доступнішим та більш професійним.

Окрему увагу було приділено відповідності контенту актуальним алгоритмам платформи. За результатами досліджень, Instagram найбільше просуває публікації, які отримують взаємодії в перші години після розміщення, зокрема збереження, коментарі та реакції [49]. Тому під час тестування публікацій було проаналізовано, як час виходу, хештеги та формат впливають на охоплення. Формати із залученням опитувань у Stories або глядацьких питань мали вищу динаміку залученості, що стало підґрунтям для постійного вдосконалення стратегії.

Для вивчення реакції цільової аудиторії використовувались механізми зворотного зв'язку: перегляд статистики (охоплення, збереження, вподобання), аналіз коментарів і кількості підписок після окремих публікацій. На підставі цих даних було скореговано підхід до публікацій: відео з розповідями про походження прикрас мали вищу залученість порівняно з публікаціями, що містили лише зображення.

До заходів контролю якості також належав попередній перегляд контенту перед публікацією, редагування текстів і кольорова корекція фото та відео. Особливу увагу приділяли стилістичній єдності: обрано єдиний візуальний стиль для профілю, щоб зберігати впізнаваність блогу. Усі матеріали перевірялися на наявність помилок, відповідність хештегів змісту публікації, а також дотримання авторського стилю комунікації.

Ефективним способом підвищення якості стало регулярне спостереження за практиками успішних блогерів в ніші. Було вивчено стилістику контенту, частоту публікацій, реакції підписників і способи взаємодії з аудиторією. Це дозволило уникнути типових помилок і адаптувати перевірені стратегії для власного проєкту.

2.6.Управління ризиками медіапроєкту

Реалізація медіапроєкту в Instagram, зокрема блогу, присвяченого українським народним прикрасам, може супроводжуватися низкою ризиків, що впливають на ефективність просування, стабільність ведення сторінки та рівень залучення аудиторії. Аналіз потенційних труднощів та розробка механізмів їх подолання є важливою складовою стратегічного планування та гарантією адаптивності проєкту в умовах цифрового середовища.

Одним із поширених ризиків є нерегулярність контенту, що може спричинити втрату інтересу з боку аудиторії, зниження охоплення та активності підписників. Причинами цього можуть бути недостатня кількість підготовлених матеріалів, обмеження у часі або відсутність чіткої контентної стратегії. Для подолання цього ризику доцільно використовувати контент-планування на кілька тижнів наперед, створювати базу відкладених публікацій, а також застосовувати сервіси автоматичного постингу (наприклад, Hootsuite, Buffer), що дозволяє підтримувати стабільну присутність у стрічці [34].

Другим ризиком є обмежений охоплення цільової аудиторії через невдалий вибір форматів або стилістики контенту. У цьому разі акаунт може залишатися малопомітним серед великої кількості однотипних профілів. Щоб уникнути цього, слід періодично проводити аналіз показників ефективності (взаємодія, охоплення, збереження), тестувати різні формати дописів (відео, сторіс, каруселі), адаптувати подачу відповідно до поведінкових звичок підписників, а також коригувати візуальний стиль або структуру текстів на основі отриманих даних [37].

Ризиком також є недостатнє фінансування проєкту, що обмежує можливості для якісної зйомки, запуску реклами або співпраці з іншими акаунтами. Така ситуація може сповільнити розвиток сторінки або зменшити її конкурентоспроможність. Шляхом подолання може бути поетапне планування витрат, використання безкоштовних або бюджетних інструментів (Canva, CapCut), пошук партнерств або участь у грантових і тематичних програмах, що підтримують культурні ініціативи. У довготривалій перспективі можлива також

монетизація акаунту через продаж прикрас, участь у виставках або колабораціях з локальними брендами [53].

Ще одним викликом є ризик втрати доступу до акаунту внаслідок технічних проблем, зламу або порушення правил платформи. Для зниження цього ризику необхідно забезпечити надійний захист акаунту (двохетапна аутентифікація, регулярне оновлення паролів), ознайомитися з політиками Instagram, уникати використання заборонених методів просування (ботів, накрутки), а також за потреби створити резервний профіль або інші канали зв'язку з аудиторією.

Інформаційні або репутаційні ризики можуть виникнути у разі непередбаченої негативної реакції на контент, помилок у комунікації або некоректного використання культурних символів. Для запобігання таким випадкам слід ретельно перевіряти інформацію перед публікацією, дотримуватись принципів етичного представлення культурної спадщини, уникати спрощень або стереотипів. У випадку конфліктних ситуацій важливо оперативно реагувати, надавати роз'яснення та підтримувати відкриту комунікацію з аудиторією [5].

Зовнішні ризики, пов'язані із соціально-політичною ситуацією, змінами алгоритмів платформи або загальною втомою аудиторії від цифрового контенту, також можуть впливати на активність акаунту. У таких умовах доцільним є збереження гнучкості контент-стратегії, підготовка універсальних матеріалів, що не прив'язані до конкретного моменту, та періодичне оновлення візуального і змістового формату блогу.

Отже, виявлення можливих ризиків і розробка способів їхнього мінімізації сприяють підвищенню стійкості проєкту до змін середовища та забезпечують його сталий розвиток у цифровому просторі. Такий підхід дозволяє зосередитись не лише на креативному аспекті блогу, а й на його функціональності як повноцінного інформаційного продукту.

2.7. Особливості керування командою для створення та просування блогу про українські народні прикраси

Успішна реалізація візуального медіапроєкту в Instagram вимагає залучення фахівців із різних сфер — від цифрового маркетингу до культурології. Зважаючи на міждисциплінарний характер проєкту, до роботи можуть бути залучені такі спеціалісти: керівник проєкту, контент-менеджер, копірайтер, SMM-спеціаліст, фотограф та відеооператор, графічний дизайнер, консультант з етнографії.



Рис.2.7.1 Команда медіапроєкту

Керівник проєкту (автор блогу) — виконує стратегічне планування та загальну координацію роботи. Відповідає за розробку концепції, визначення рубрик, формулювання цілей та візуальної стилістики блогу. Автор блогу також приймає ключові рішення щодо змісту, спілкується з аудиторією та контролює якість матеріалів.

Контент-менеджер — займається організацією контентного плану, розкладом публікацій, їх завантаженням та технічним оформленням. Він стежить за актуальністю та регулярністю виходу матеріалів, відповідає за добір формату кожного поста (фото, відео, карусель, reels, stories).

Копірайтер — відповідає за створення текстового контенту до кожної публікації. Він адаптує наукову та довідкову інформацію до формату

соціальних мереж, пише лаконічно, емоційно нейтрально, з урахуванням принципів інформаційної доступності. Також копірайтер формує підписи, рубрики, заклики до дії.

SMM-спеціаліст — аналітично супроводжує сторінку: аналізує статистику охоплень, взаємодій, підписок, допомагає з просуванням публікацій, підбором хештегів і часових вікон для публікацій. Також займається залученням нової аудиторії та підтримкою зворотного зв'язку через коментарі, опитування та сторіс.

Фотограф і відеооператор — забезпечує візуальне наповнення блогу: створює якісні фотографії експонатів, прикрас, деталей костюма, а також короткі відео для reels. Цей фахівець працює з композицією, освітленням, динамікою зображення та адаптацією матеріалів під Instagram-формати.

Графічний дизайнер — оформлює шаблони для stories, reels, highlights, обкладинки для постів, фірмовий стиль сторінки. Він дотримується візуальної цілісності проєкту, забезпечує естетичну привабливість та читабельність контенту. Також дизайнер створює інфографіку та візуальні добірки.

Консультант з етнографії — надає фахові консультації щодо походження, символіки, традиційного використання прикрас, забезпечує достовірність змісту. Він допомагає інтерпретувати матеріали з музейних або польових джерел, коригує наукову інформацію та адаптує її до медіаформату.

2.8 Управління комунікаціями медіапроєкту

Ефективне управління комунікаціями є ключовим елементом у реалізації будь-якого медіапроєкту, зокрема Instagram-блогу, орієнтованого на популяризацію української традиційної культури. Комунікаційна стратегія нашого проєкту будувалася на двох головних засадах: по-перше, розумінні цільової аудиторії — студентів віком 18–25 років, які активно користуються Instagram; по-друге, дотриманні принципів прозорості та взаємодіючої подачі контенту.

У межах комунікаційної стратегії особлива увага приділялася не формулюванню нових цілей, а практичному втіленню вже визначених завдань проєкту через налагоджену взаємодію з аудиторією. Основна мета комунікацій полягала у тому, щоб ефективно транслювати культурно-освітній зміст блогу, підтримувати активність підписників, заохочувати до рефлексії й обміну власними історіями, а також оперативно реагувати на інтереси спільноти. Комунікація розглядалася як інструмент адаптації змісту, перевірки релевантності поданої інформації та побудови емоційного зв'язку між автором і читачами.

Всі повідомлення в межах проєкту можна умовно поділити на чотири інформаційні блоки:

Операційна інформація — стосувалася підготовки, зйомок, монтажу та публікації матеріалів.

Аналітична інформація — включала зворотний зв'язок, статистику охоплення, вподобань, збережень, а також результати опитувань.

Стратегічна інформація — відображала планування контенту, коригування графіка, оновлення візуальної подачі.

Аудиторно-маркетингова інформація — охоплювала дані про вподобання, очікування та поведінкові моделі підписників.

Для комунікації з аудиторією використовувалися такі канали: коментарі під постами, особисті повідомлення (Direct), інтерактивні наклейки в Stories (опитування, питання, емої-рейтинг), а також заклики до обговорення в описах публікацій. У публікаціях і сторіс застосовувались питання до аудиторії: «Чи чули ви раніше про таку прикрасу?», «Чи знаєте ви назву цієї прикраси?» тощо.

Зворотний зв'язок з аудиторією виявився не просто реакцією на контент, а джерелом глибшого розуміння її очікувань та інтересів. Підписники охоче долучалися до обговорень, коментували публікації, надавали свої асоціації та інтерпретації побачених прикрас. Особливо цінними стали особисті повідомлення з розповідями про родинні реліквії, світлини з сімейних архівів та спогади про традиції. Така ініціативність свідчила про емоційне залучення аудиторії та

формування навколо блогу середовища, яке не лише споживає контент, а й активно його співтворює. Саме завдяки цьому горизонтальному обміну досвідом блог перетворюється на діалогову платформу для популяризації культурної спадщини.

Окрему роль у системі управління комунікаціями відігравала регулярна аналітика: щотижневий вивчення охоплень, частоти взаємодії, кількості відповідей у сторіс і коментарів допомогло визначити найефективніші формати подачі. На основі зібраних даних здійснювалося коригування контентної стратегії: змінювався тон, глибина текстів, порядок публікацій.

Управління комунікаціями у межах проєкту виконувало не лише інформативну, а й соціально-психологічну функцію, сприяючи розбудові довіри, впізнаваності та сталого емоційного зв'язку між авторкою блогу та її аудиторією.

2.9. Моніторинг виконання медіапроєкту

Системний моніторинг — ключовий процес, що забезпечує цілісність реалізації медіапроєкту, адаптивність до змін середовища та ефективне досягнення поставлених цілей. Як зазначає Л. Климончук, у сфері креативних індустрій ефективність проєктної діяльності значною мірою залежить від здатності автора постійно відстежувати якісні й кількісні результати, а також гнучко реагувати на виклики середовища [5].

У рамках реалізації Instagram-блогу про українські народні прикраси було запроваджено кількарівневий моніторинг, що включав:

Контроль дотримання контент-плану, сформованого на основі. Це забезпечило логічну послідовність дій та дозволило уникнути перевантаження. Такий підхід підтримує С. І. Овчаров, наголошуючи, що в медіапроєктах необхідно поєднувати творчі цикли з календарною дисципліною [17].

Аналітика охоплення та взаємодії за допомогою Instagram Insights — зокрема відстеження показників переглядів, збережень, вподобань, коментарів і

переходів до профілю. Ці метрики дозволили не лише оцінити ефективність публікацій, а й спрогнозувати подальшу динаміку. Як зазначається у «Social Media Metrics» від Hootsuite, регулярний аналіз таких показників є запорукою прийняття обґрунтованих рішень щодо контентної стратегії [35].

Для візуального підтвердження ефективності реалізації проєкту було проаналізовано охоплення облікового запису за останні 30 днів. Цей показник демонструє загальний інтерес до блогу та дозволяє оцінити результативність обраної контент-стратегії.

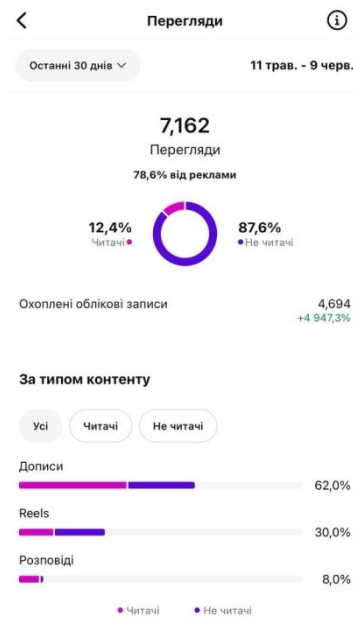


Рис. 2.9.1. Охоплення облікового запису Instagram за 30 днів.

Якісний контроль візуального й текстового контенту проводився перед публікацією — з перевіркою на естетичну відповідність стилю профілю, точність формулювань та актуальність тем. Дослідниця М. Кондратенко вказує, що збереження візуальної єдності є одним з основних чинників довіри до культурного медіапроєкту [5].

Оцінка відповідності проміжним цілям: регулярний перегляд досягнутих результатів порівнювався з початковими завданнями, сформульованими у попередніх підрозділах. Наприклад, приріст підписників і реакції в Stories відображали ефективність комунікаційної складової, а збільшення збережень та охоплень підтверджували просвітницький вплив блогу. Такий підхід є типовим

для медіапроектів у культурній сфері, як зазначено у «Media Project Evaluation Guide» від EJC [32].

Інтерпретація зворотного зв'язку. Повідомлення від підписників, активність у коментарях, відповіді в опитуваннях і популярність окремих рубрик стали практичними індикаторами релевантності контенту. Як наголошує Metriscool, у 2024 році саме взаємодія в перші години після публікації стала ключовим фактором для алгоритмічного просування [48].

Значний інтерес до теми підтверджується не лише кількісними метриками, а й якісними ознаками — зокрема коментарями підписників. Під постами з фото відтворених прикрас користувачі залишали коментарі з власними враженнями. Це свідчить про високий рівень емоційного залучення та формування спільноти навколо блогу.

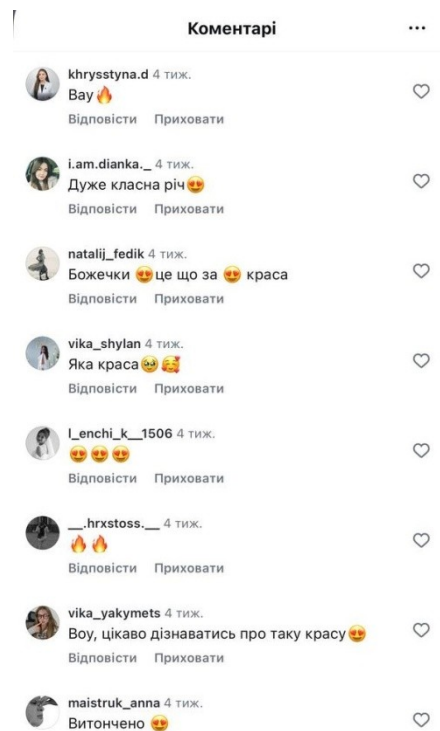


Рис. 2.9.2. Коментарі під публікацією з реконструкцією прикраси.

Багаторівневий моніторинг дозволив не лише керувати реалізацією медіа-проекту відповідно до плану, а й постійно його вдосконалювати відповідно до даних аналітики, запитів аудиторії та особливостей платформи.

Висновки до другого розділу

У цьому розділі було всебічно проаналізовано ключові аспекти управління медіапроектом — від планування змісту й часових рамок до організації

ресурсів, комунікації з аудиторією, забезпечення якості та моніторингу результатів. Усі підрозділи взаємопов'язані й стали основою для поетапного та послідовного втілення Instagram-блогу про українські народні прикраси.

Ретельне управління змістом дало змогу структурувати медіапроект на основі мети, цілей, структури розбиття робіт (WBS) та контент-плану. Завдяки цьому контент мав чітку логіку, послідовність і відповідав як вимогам платформи Instagram, так і інтересам цільової аудиторії.

Планування часу забезпечило ефективну організацію роботи на кожному етапі реалізації проєкту. Визначення часових витрат на кожну дію дало змогу уникнути перенавантаження та дотримуватись графіка публікацій, що є критично важливим у роботі з соціальними мережами.

Управління ресурсами та закупівлями дозволило оптимізувати витрати та раціонально використовувати наявні матеріальні й технічні засоби. Зокрема, ефективне застосування безкоштовних цифрових інструментів, власних прикрас, смартфона, світла й мобільних застосунків стало основою для якісного контенту при мінімальному бюджеті.

У підрозділі про якість було обґрунтовано критерії для візуального й змістового оформлення публікацій. Акцент зроблено на відповідність технічних, культурних і візуальних характеристик очікуванням аудиторії, алгоритмам платформи та загальноприйнятим етичним стандартам.

Оцінка ризиків і розробка механізмів їхнього подолання підвищили гнучкість проєкту. Серед ключових викликів було виділено: нестабільність публікацій, низьке охоплення, обмеження у бюджеті, інформаційні ризики та загрози цифрового середовища. Їх було враховано в процесі адаптації стратегії.

Особливу роль відіграла система комунікацій — як внутрішньої (структурування інформації), так і зовнішньої (спілкування з аудиторією). Інтерактиви, опитування, коментарі та особисті повідомлення стали основою формування лояльної спільноти довкола блогу.

Моніторинг виконання медіапроекту на основі аналітичних інструментів Instagram (зокрема Insights) забезпечив оцінку ефективності контенту:

охопленнь, збережень, залученості та зростання підписників. Це дозволило оперативно вдосконалювати контентну стратегію й адаптувати її до змін.

Комплексне управління всіма етапами реалізації Instagram-блогу про українські народні прикраси забезпечило не лише культурно-просвітницьку цінність проєкту, а й його ефективне функціонування в умовах цифрової екосистеми.

Усі ці аспекти стали фундаментом для втілення медіапроєкту «Особливості створення та просування блогу в інстаграм на тему «Українські народні прикраси»».

РОЗДІЛ III. ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ БЛОГУ В INSTAGRAM

3.1. Розробка і запуск блогу

Розробка блогу в Instagram на тему українських народних прикрас передбачала поетапну реалізацію комплексу завдань, спрямованих на створення візуального, інформаційного та функціонального простору для представлення традиційної культури через зображення прикрас, історичні довідки та освітній контент. Процес включав такі основні етапи: визначення тематики, формулювання цілей і завдань, підбір назви, створення візуального стилю профілю, підготовка базового контенту, формування публікаційного плану, запуск сторінки та початок активного функціонування блогу.

Першим кроком стала розробка концепції блогу. Обрана тематика – українські народні прикраси – охоплює широкий спектр культурних, етнографічних, історичних і мистецьких аспектів. У процесі аналізу було встановлено, що у вітчизняному інформаційному просторі, зокрема в соціальних мережах, відносно мало систематизованих і структурованих сторінок, присвячених саме прикрасам як окремому предметному розділу українського народного вжитку. Переважно інформація подається в межах ширших тем – народного костюма, декоративно-ужиткового мистецтва або етнографічної спадщини загалом. Тому блог був задуманий як спроба заповнити цю нішу, зосередившись винятково на темі прикрас: намист, дукачів, сережок, браслетів, оберегів, вінків тощо.

Назва сторінки – **@sontse.jewelry** – була обрана після аналізу можливих варіантів, які відображали б тематичну спрямованість та асоціювалися з українською традиційною культурою. Слово «сонце» (sontse) символізує одразу кілька явищ: по-перше, воно часто зустрічається у традиційній орнаментиці, зокрема в солярних мотивах; по-друге, образ сонця пов'язаний із поняттями життя, світла, краси та циклічності, які мають паралелі у народній філософії. Поєднання з англійським словом «jewelry» дозволяє зробити профіль доступним для ширшої аудиторії, включно з потенційними іноземними користувачами, які цікавляться традиційною українською культурою. Це відповідає

рекомендаціям щодо вибору назви, що містить ключову тематику бренду та залишається короткою й легкою для запам'ятовування [46].

Наступним етапом стала розробка візуального оформлення сторінки. Це включало вибір аватару, оформлення біографії профілю, створення єдиного візуального стилю для публікацій і сторіс.

Оформлення шапки профілю здійснено відповідно до порад платформи SendPulse [36]. У графі «Ім'я» зазначено: **SONTSE•силянки•гедани•історія українських прикрас** — це дозволяє охопити ключові пошукові запити. В описі профілю розміщено фразу: «**Відтворюю та розповідаю про українські традиційні прикраси**», що одразу вказує на освітню місію блогу. Аватар оформлено в мінімалістичному стилі — білий фон і чорний логотип sontse.jewelry, що надає сторінці професійного вигляду (рис. 3.2.1).

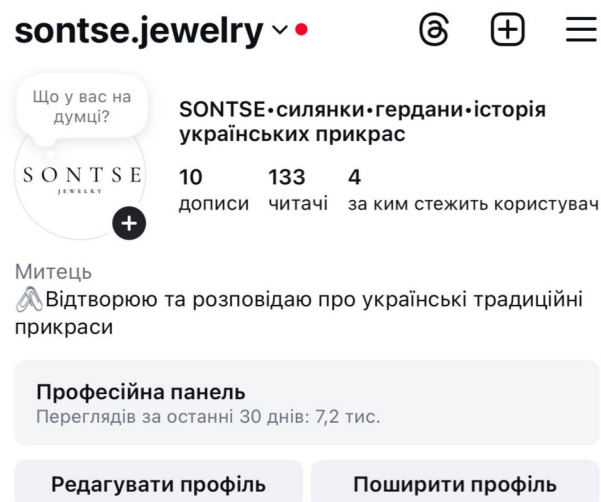


Рис. 3.2.1 Шапка профілю на платформі Instagram

У публікаціях блогу дотримано послідовної візуальної стилістики. Основу оформлення складають історичні фото в чорно-білому виконанні або власні знімки відтворених прикрас, зняті на нейтральному світлому фоні — переважно на сторінках книжок, з елементами природного декору (ялинові гілки, колоски, засушені квіти). Такий фон виконує водночас естетичну і символічну функцію: він асоціюється з автентичністю, тишею, камерністю, підкреслює освітню місію проекту. Також для окремих фото використано акцентні візуальні елементи — червоне окреслення об'єкта, що фокусує увагу глядача на деталях.

Постійне використання єдиного шрифту, кольорової палітри (білий, чорний, відтінки сірого з акцентами червоного), композиційної побудови зображень (центральне розміщення прикраси + текстовий заголовок) формує впізнаваність профілю. За даними платформи HubSpot, акаунти, які дотримуються сталого візуального стилю, мають на 80% вищу впізнаваність серед підписників і отримують більше довіри з боку аудиторії [52].

Дотримання стилістичної цілісності має не лише естетичну функцію. Воно також полегшує навігацію, допомагає аудиторії швидко ідентифікувати контент блогу серед загальної стрічки Instagram, створює емоційне тло сприйняття (атмосферу спокою, глибини, культурної значущості). Згідно з дослідженням Hootsuite, акаунти з уніфікованим стилем утримують увагу користувача на 50% довше, а отже — мають більший потенціал залучення [52].

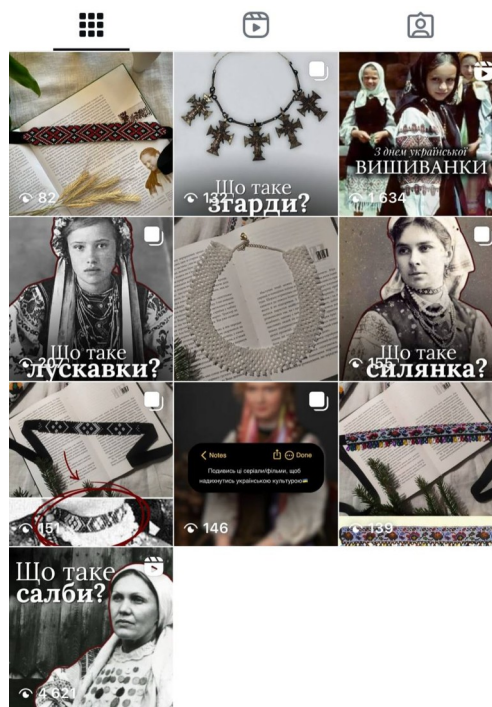


Рис. 3.2.2. Загальна візуальна стилістика стрічки профілю @sontse.jewelry

Цільовою аудиторією блогу стали користувачі віком 17–24 років, передусім студенти та молода аудиторія, яка виявляє зацікавлення українською культурною спадщиною. Це підтвердили результати онлайн-опитування, проведеного серед студентів (див. Додаток А), а також аналітика платформи Hootsuite, згідно з якою Instagram залишається найпопулярнішою платформою

серед молоді віком 18–34 років [10]. Така аудиторія характеризується високою чутливістю до візуального контенту, швидкою реакцією на динамічний відео-формат і потребою в емоційно насиченому, але водночас інформативному контенті.

Відповідно до цих характеристик, першим дописом на сторінці @sontse.jewelry стало відео у форматі Reels під назвою «Що таке салби?». Це коротке 29-секундне відео є поєднанням архівних чорно-білих фотографій, динамічного відеколажу та начитки авторського тексту, в якому пояснюється значення та регіональне походження салбів — буковинської нагрудної прикраси з десятків монет, що виконувала як естетичну, так і оберегову функцію [17]. Візуально ролик оформлено відповідно до загального стилю блогу: чорно-біле зображення, червоне окреслення прикраси, шрифт без зарубок, темний фон, що підсилює фокус на змісті.

Публікація була розміщена 13 квітня і одразу ж продемонструвала високі результати залучення: 4 621 перегляд, 283 взаємодії, серед яких 225 вподобань, 13 поширень, 40 збережень та 5 коментарів. Крім того, 77 користувачів здійснили дії в профілі, що свідчить про інтерес до сторінки після перегляду відео (рис. 3.2.3). Такий показник активності підтверджує актуальність теми, ефективність візуального стилю та вдало підібраний формат контенту — поєднання документального матеріалу з сучасною відеоподачею.

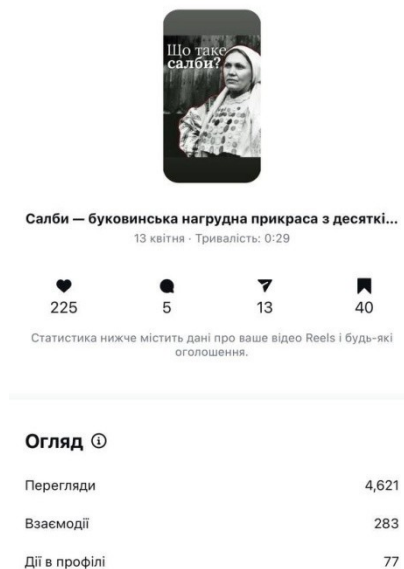


Рис. 3.2.3. Аналітика публікації «Що таке салби?» у форматі Reels

Наступним дописом у форматі Reels стало коротке естетичне відео, опубліковане до Дня вишиванки 15 травня під назвою «Вишита сорочка — генетичний код українців». Відео триває 9 секунд і виконане у форматі динамічного вітального колажу з архівними фотографіями українок у вишиванках. Основна ідея полягає в емоційному посиленні: підкреслити візуальну красу, глибоку символіку й сакральне значення вишиванки як елементу ідентичності.

Цей ролик не містить озвучення, а лише музичний супровід, який відповідає тематиці й підтримує святкову атмосферу. Текстовий заголовок «3 Днем вишиванки» доповнено фразою «генетичний код українців», що є популярним публіцистичним кліше і впізнаваним елементом національного дискурсу. Таким чином, допис був зорієнтований на святкову дату, мав на меті підвищити емоційне залучення та відгук у підписників.

Згідно з аналітикою, публікація зібрала 1 634 перегляди, 127 взаємодій, серед яких 120 вподобань, 3 поширення, 3 збереження та 7 дій у профілі (рис. 3.2.4). Попри коротку тривалість, відео привернуло увагу аудиторії, однак показники залучення були помітно нижчими, ніж у першого Reels. Це частково зумовлено меншою інформативністю ролика, відсутністю озвученого пояснення й меншою контекстуалізацією теми.

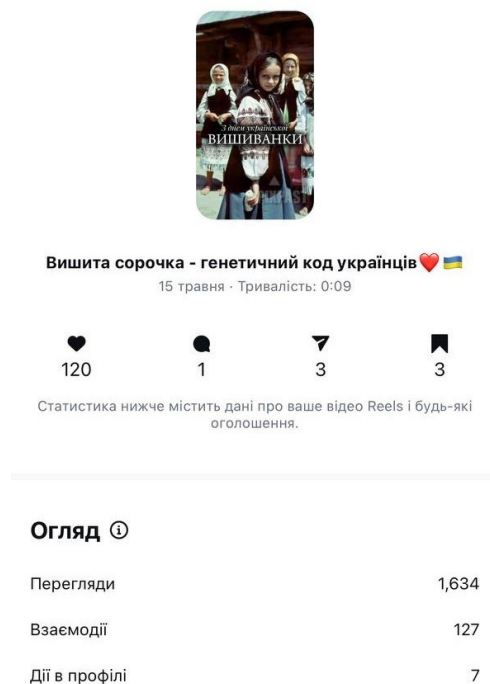


Рис. 3.2.4. Статистика Reels-допису до Дня вишиванки

Серед прикладів публікацій у форматі каруселі варто виділити допис «Що таке лускавки?», опублікований 11 травня. Цей формат було обрано для статичної візуалізації етнографічної теми, що потребує концентрації уваги читача на деталях. В основі — чорно-біле архівне фото дівчини в традиційному строї з лускавками, оформлене відповідно до загального візуального стилю сторінки: нейтральний фон, заголовок великим шрифтом, червона окантовка елемента прикраси.

Текст допису поєднував коротке інформативне пояснення з інтерактивним закликом до коментування: «Чи чули ви раніше про таку прикрасу? Пишіть у коментарях», — що мало на меті спонукати аудиторію до зворотного зв'язку.

Аналіз статистики публікації свідчить про помірний, але релевантний результат: 207 переглядів, 41 взаємодія, 29 вподобань, 5 коментарів, 5 збережень, 2 дії в профілі. Понад 71,5% переглядів здійснили підписники сторінки, що підтверджує лояльність аудиторії до теми. Водночас охоплення серед нових користувачів залишилось обмеженим, що характерно для постів-каруселей без відеоформату.

Низька віральність допису зумовлена:

- менш впізнаваною лексикою в заголовку («лускавки» — малознайоме слово),
- відсутністю динаміки відео (у порівнянні з Reels),
- акцентом на інформативність, а не на емоційність.

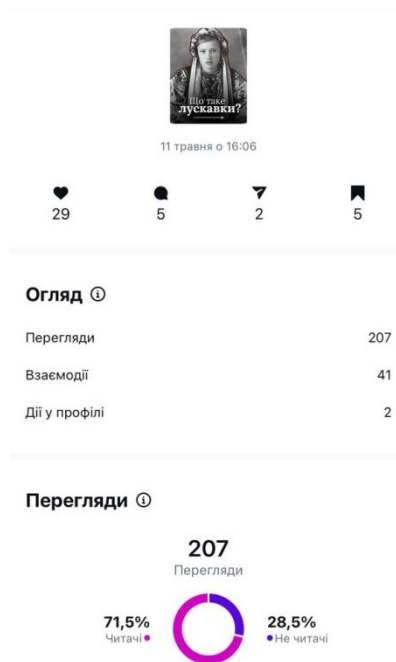


Рис. 3.2.5. Статистика допису-каруселі «Що таке лускавки?»

Однією з публікацій у форматі статичного допису стала візуалізація авторської реконструкції білої силянки, опублікована 8 травня. Цей допис мав естетичну та прикладну мету — не лише представити відтворену традиційну прикрасу, а й актуалізувати її в сучасному гардеробі. У підписі до поста зроблено акцент на універсальності стилю: «Лаконічна прикраса, яка доповнить будь-який образ — від вишиванки до базової футболки». Таке формулювання демонструє модерний підхід до народного мистецтва — як до явища, що може гармонійно вписуватись у повсякденність [18; 20].

Візуальне оформлення відповідає загальній стилістиці профілю — прикрасу знято на нейтральному фоні, зі світлом, що підкреслює фактуру бісеру. Допис отримав 183 перегляди, 51 взаємодію (33 вподобання, 11 коментарів), 6 збережень і 10 переходів у профіль (рис. 3.2.6). Такий показник активності свідчить про вдале поєднання інформаційного та емоційного аспекту: підписники коментували, ставили уточнення щодо виготовлення, ділилися власними асоціаціями з подібними прикрасами. Це підтверджує, що навіть статичні пости, які не мають динаміки Reels-формату, можуть генерувати значний зворотний зв'язок, якщо поєднують якісний візуал із релевантним змістом.

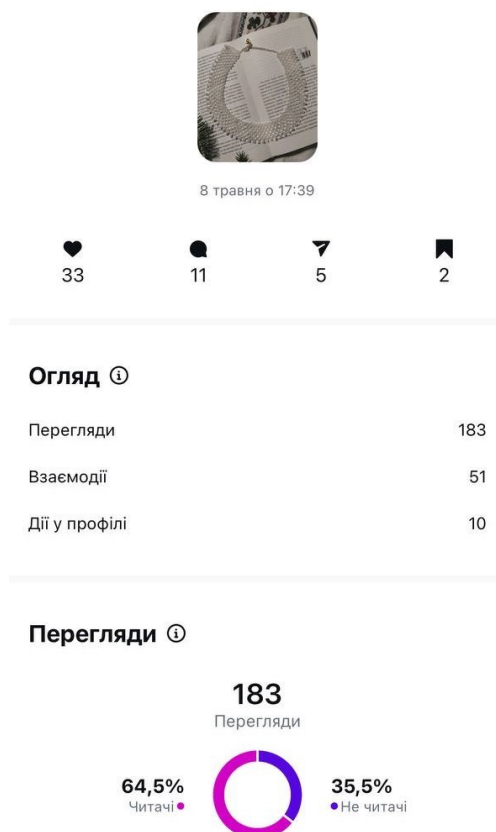


Рис. 3.2.6. Статистика допису з фото реконструйованої білої силянки

Усі етапи — від розробки концепції до створення публікацій — реалізовано самостійно, без залучення команди. Це дозволило зберегти єдність стилю, послідовність подачі та узгодженість візуального ряду. Кожен допис формувався з урахуванням інтересів цільової аудиторії, її потреб у візуально естетичному, емоційно зворушливому та інформативному контенті.

3.2. Проблеми на етапі реалізації та шляхи їх вирішення

У процесі реалізації медіапроєкту «Особливості створення та просування блогу в інстаграм на тему “Українські народні прикраси”» було виявлено низку викликів, які вимагали як креативних, так і технічних рішень. Вони стосувалися організації часу, якості візуального контенту, адаптації до алгоритмів Instagram та забезпечення ефективної комунікації з аудиторією.

Одним із перших викликів стала обмеженість якісного візуального матеріалу. Більшість автентичних зображень українських прикрас містяться в музейних архівах або приватних збірках і часто мають обмеження на використання. Вирішенням стало створення власного фотоконтенту: відтворені прикраси фотографувалися самостійно, з дотриманням базових принципів візуальної подачі. Для покращення візуального оформлення використовувалися інструменти редагування (Canva, VN, Captions), що дало змогу досягнути стилістичної єдності. Як підкреслює HubSpot, використання власних візуальних шаблонів формує унікальний візуальний стиль і впливає на впізнаваність проєкту [1].

Ще однією проблемою на старті реалізації стала обмежена видимість акаунту. Алгоритми Instagram не просувають нові сторінки без активності або рекламної підтримки, тож охоплення перших публікацій було низьким. У відповідь було активізовано публікації в різних форматах — Reels, Stories, каруселі — з урахуванням порад аналітиків Hootsuite про важливість регулярності публікацій для підтримання залученості [60]. Також використовувалися релевантні хештеги та взаємодія з іншими тематичними акаунтами.

У процесі підготовки дописів особливу увагу потребувала організація часу. Публікація одного поста включала зйомку, редагування фото чи відео, написання тексту, підбір хештегів і публікацію у піковий час. Без планування це створювало ризик нерегулярності. Для вирішення цієї проблеми було розроблено тижневий контент-план і шаблони публікацій. Buffer у своїх матеріалах підкреслює, що навіть у малих проєктах тайм-менеджмент і контент-планування є ключем до стабільної присутності в соцмережах [53].

Серед комунікаційних труднощів варто згадати про низьку активність у коментарях. Хоча сторінка отримувала вподобання, користувачі не завжди залишали відгуки. У відповідь було реалізовано прямі запитання в підписах до фото («Чи чули ви раніше про таку прикрасу?») і інтерактивні Stories («Чи знаєте ви назву цієї прикраси?»). Найбільший відгук отримали публікації, які мали емоційне звернення або торкалися персонального досвіду користувачів,

зокрема пост із відтвореною прикрасою, що викликав коментарі з родинними історіями.

Також ускладнення виникало при адаптації контенту до різних форматів платформи. Сторіс вимагали стислості та динаміки, Reels — відеомонтажу, а пости-каруселі — чіткої візуально-текстової структури. Щоб упоратися з цим, були опрацьовані шаблони для кожного формату та застосовано досвід інших блогів у темі візуальної культури.

3.3. Рекомендації для подальшого розвитку блогу та масштабування проекту

Подальший розвиток медіапроєкту «Особливості створення та просування блогу в інстаграм на тему “Українські народні прикраси”» доцільно орієнтувати на кілька ключових напрямів: змістове розширення, вдосконалення візуальної ідентичності, технічну оптимізацію, поглиблення взаємодії з аудиторією та масштабування проєкту на інші платформи.

Насамперед, згідно з рекомендаціями платформи HubSpot (2024), важливо забезпечити стилістичну узгодженість контенту. Запровадження єдиних графічних шаблонів для різних типів публікацій (історичні довідки, візуальні добірки, сучасні інтерпретації) сприятиме впізнаваності сторінки серед великого масиву візуального контенту в Instagram. Розробка рубрикації на основі періодизації, типів прикрас та регіонального поділу дозволить структурувати знання й полегшити навігацію для підписників.

Водночас, Hootsuite (2025) наголошує на необхідності регулярної публікації як запоруки зростання охоплення. Тому доцільно розробити контент-план на тиждень або місяць із фіксованими рубриками, а також створити базу наперед підготовлених публікацій для уникнення перерв у виході контенту. Регулярність, згідно з дослідженнями Hootsuite, може збільшити залученість підписників у понад 3 рази.

Окремим напрямом розвитку є розширення форматів комунікації з аудиторією. Instagram дозволяє використовувати не лише стрічку, а й Reels, Stories, Highlights, прямі ефіри. Кожен із них слід задіяти стратегічно: Reels — для демонстрації процесів створення прикрас, Stories — для інтерактивних опитувань, Highlights — для архівації освітніх матеріалів. Це дозволить краще пристосувати подачу інформації до різних типів споживання контенту.

У контексті масштабування проєкту, Buffer (2024) рекомендує кросплатформену присутність як ефективний спосіб охоплення нової аудиторії. Зокрема, доцільно адаптувати матеріали блогу для Pinterest (архів зразків), YouTube (тривалі освітні відео), TikTok (короткі історії про окремі прикраси). Кожна з платформ має свою специфіку, але спільна візуальна та контентна стратегія забезпечить єдність бренду [29].

Ще одним перспективним кроком є налагодження зовнішніх партнерств: із музеями, етнографами, народними майстрами. Це може відбуватись у формі гостьових дописів, спільних ініціатив до календарних свят або інтерв'ю в межах прямого ефіру. Така співпраця підвищить авторитет блогу та розширить доступ до якісного джерельного матеріалу.

Важливим завданням є також систематичний моніторинг ефективності контенту. Аналітичні інструменти Instagram (Insights) дають змогу відстежувати охоплення, збереження, взаємодії, підписки. На основі цих даних можна виявити найуспішніші теми, коригувати час публікацій і вдосконалювати контентну стратегію [3].

З урахуванням зазначеного, розвиток сторінки @sontse.jewelry доцільно здійснювати як етапну трансформацію: від освітнього блогу до багатоформатної цифрової платформи, що поєднує просвітництво, культурну репрезентацію і живу взаємодію з підписниками.

Висновки до третього розділу

У третьому розділі було реалізовано практичну частину проєкту, пов'язану зі створенням та функціонуванням Instagram-блогу на тему українських народних прикрас. Описано основні етапи розробки сторінки, зокрема вибір назви, стилістики оформлення, підготовку візуального й текстового контенту, а також визначення загальної концепції подачі матеріалів. Блог @sontse.jewelry було запущено з урахуванням попереднього аналізу цільової аудиторії, особливостей платформи Instagram та доступної джерельної бази. Окреслено основні труднощі, що виникли під час реалізації проєкту, і шляхи їх подолання, пов'язані з організацією роботи, добором матеріалів і забезпеченням стабільності контенту.

У розділі також запропоновано перелік рекомендацій для подальшого розвитку блогу, які охоплюють покращення змістового наповнення, використання різних форматів подачі, активізацію комунікації з аудиторією, розширення присутності в інших цифрових середовищах, а також залучення партнерських ініціатив. Підкреслено доцільність регулярного моніторингу ефективності сторінки та адаптації контент-стратегії відповідно до результатів аналітики. Практична реалізація блогу продемонструвала потенціал платформи Instagram як засобу популяризації етнокультурного контенту в сучасному цифровому просторі.

ВИСНОВКИ

Аналіз вибору тематики блогу дозволяє дійти висновку, що українські народні прикраси становлять окрему сферу етнокультурної спадщини, яка поєднує функціональні, естетичні й символічні компоненти. Їх вивчення потребує урахування регіональних особливостей, матеріалів, технік виготовлення, а також історичного контексту. У межах сучасного інформаційного суспільства ця тема може бути подана в нових формах, зокрема через цифрові платформи. Таке представлення не лише дозволяє зберегти традиції, а й відкриває доступ до них ширшій аудиторії. Вибір саме цієї теми спрямований на систематизацію знань про прикраси, їхню візуалізацію та демонстрацію в контексті національної ідентичності.

Обґрунтування використання платформи Instagram ґрунтується на її технічних можливостях і популярності серед широких верств користувачів. Цей формат дозволяє поєднувати текстову, візуальну та відеоінформацію, що є придатним для представлення об'єктів народного мистецтва, таких як прикраси. Instagram забезпечує інтерактивність, можливість побудови спільноти навколо теми, використання механізмів зворотного зв'язку та аналітики. Вибір цієї платформи як базової для реалізації проекту був зумовлений її відповідністю завданням візуального збереження, популяризації та поширення знань про українські народні прикраси.

Розгляд актуальності теми і вибору формату свідчить про доцільність використання соціальних мереж як інструменту культурної комунікації. В умовах зростання інтересу до національної тематики, зокрема у сфері моди, дизайну та прикладного мистецтва, блог у Instagram виконує функцію своєрідного цифрового архіву. Така форма подачі інформації забезпечує доступність, візуальну привабливість і гнучкість у представленні складного етнографічного матеріалу. Вибір теми та формату створює передумови для реалізації інформаційного ресурсу, який може бути корисним як для популяризації культури, так і для використання у навчальних, просвітницьких і наукових цілях.

Аналіз процесу створення блогу виявив кілька базових етапів: визначення концепції, добір цільової аудиторії, розробка візуального стилю, створення контенту та вибір механізмів комунікації. Усі ці компоненти потребують послідовної реалізації з урахуванням специфіки теми, оскільки вона передбачає роботу з автентичним матеріалом. Створення блогу про українські народні прикраси потребує ретельної підготовки джерел, адаптації фахової інформації до формату соціальної мережі та дотримання балансу між науковістю та доступністю. При цьому значну роль відіграє візуальний контент, що має передавати характерні ознаки об'єктів через фото та відео.

Просування блогу базується на використанні алгоритмів платформи, застосуванні ключових гештегів, активності аудиторії та регулярності публікацій. У процесі роботи було виявлено, що ефективна стратегія просування має ґрунтуватися на поєднанні органічного охоплення та активної взаємодії з підписниками через коментарі, опитування, взаємні згадки та участь у тематичних ініціативах. Застосування інструментів Instagram, зокрема Reels, Stories і Highlights, дозволяє формувати різні рівні взаємодії з контентом і підтримувати інтерес до сторінки. Таким чином, просування базується не лише на технічних засобах, а й на глибокому розумінні інформаційних потреб аудиторії.

Описані особливості свідчать, що створення та просування блогу у сфері народного мистецтва є складним процесом, що поєднує технічні, інформаційні й комунікаційні аспекти. Такий блог має функціонувати не лише як джерело інформації, а й як платформа для спільного обговорення, відкриттів і взаємодії. Формування спільноти навколо теми потребує послідовної стратегії, у якій поєднуються автентичність матеріалу, якість подачі, стабільність контенту та відкритість до комунікації. Ці чинники забезпечують потенціал сторінки для подальшого розвитку і дозволяють позиціонувати її як інструмент цифрової репрезентації етнокультурної спадщини.

У третьому розділі було реалізовано практичну складову проєкту, що включала створення, наповнення та запуск Instagram-блогу @sontse.jewelry. Детально описано етапи підготовки, оформлення профілю, публікації контенту

та першого аналізу взаємодії з аудиторією. У процесі практичної реалізації підтверджено гіпотези щодо привабливості теми, затребуваності візуального матеріалу й актуальності формату подачі. Реалізація блогу дозволила випробувати різні формати дописів, візуальні шаблони, способи підбору текстів, а також перевірити ефективність тематичного наповнення. Під час роботи було дотримано цілісної концепції, заснованої на подачі матеріалів із чіткою структурою та відповідністю тематиці.

У процесі реалізації були виявлені певні труднощі, пов'язані з добором візуального матеріалу, забезпеченням регулярності публікацій, балансуванням між фаховістю й доступністю, а також технічними аспектами створення графіки. Ці проблеми вдалося частково вирішити шляхом перегляду плану публікацій, розширення джерельної бази, створення банку зображень і планування контенту наперед. Також було адаптовано стиль текстового супроводу, щоб він відповідав потребам цільової аудиторії, але при цьому зберігав точність поданої інформації. Робота над сторінкою продемонструвала потребу в поєднанні творчого підходу з методичною організацією процесів.

Підсумовуючи практичну частину, можна зазначити, що реалізація блогу в Instagram показала функціональність цієї платформи як середовища для візуального представлення культурної спадщини. Сторінка @sontse.jewelry стала прикладом використання цифрових інструментів для фіксації, збереження та популяризації знань про українські народні прикраси. У межах реалізації окреслено перспективи подальшого розвитку, включаючи розширення форм подачі інформації, поглиблення тематичних напрямів, а також масштабування блогу через зовнішню співпрацю та міжплатформну присутність. Отриманий досвід може бути адаптований до інших тем культурного спрямування в сучасному медіасередовищі.

12. Михайлова Г. Теорія і практика планування медіапроектів. – К.: Академія, 2020.
13. Музиченко Г.В., Тронько С.П. Тайм-менеджмент про те, як знайти час на все і на цей проєкт зокрема. *Менеджмент підприємницької діяльності*. – Одеса: Вид. дім «Гельветика». 2020, Вип. 8. С. 126–143.
14. Найдено О. Етнографічне вивчення народного костюма. К.: ІМФЕ, 2006.
15. Народні прикраси України. Каталог колекції Музею Івана Гончара. Київ: 2017.
16. Носко Т. Цифрова культура як нова форма медіаосвіти. Вісник КНУКіМ, 2021.
17. Овчаров С.І. Менеджмент у медіа: навчальний посібник. Київ: КНЕУ, 2020.
18. Онищук А. Прикраси в традиційному строї українців. К. : Мистецтво, 2003. – 148 с.
19. Російсько-українська культурна війна. Wikipedia. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B9%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%BE-%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0_%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0_%D0%B2%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B0
20. Сідельникова І. Українські жіночі прикраси: культурологічний аспект. Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2012. – 190 с.
21. Стельмащук Г. Українське народне мистецтво: декоративно-ужиткові форми. Київ: Мистецтво, 2003.
22. Чебан Н. Кліпове мислення в цифрову добу. *Цифрова педагогіка*. 2021.
23. Чому діаграма Ганта це важливий інструмент для управління проєктами. Corewin. URL: <https://corewin.ua/blog/the-gantt-chart-why-is-it-a-vital-tool-in-project-management/>.

24. Шевченко Л. Традиційний костюм як етнокультурний феномен. Харків: Раритети України, 2018.
25. Янковець Т., Медведєва К. Цифровий брендинг підприємства у комплексі маркетингових комунікацій. *SCIENTIA FRUCTUOSA*, 2022, 144(4). С. 72–83.
26. 26 Instagram stats you need to know for 2025. *Sproutsocial*. URL: <https://sproutsocial.com/insights/instagram-stats/>
27. A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide) . Sixth Edition and Agile Practice Guide. URL: <https://marketplace.pmi.org/Pages/ProductDetail.aspx?GMProduct=00101602400>.
28. Abidin C. Visibility Labour on Instagram. Media Int. Australia, 2016.
29. Buffer. Cross-Platform Content Strategy Guide. URL: <https://buffer.com/library>
30. Datareportal. Essential Instagram Statistics. URL: <https://datareportal.com>
31. Datareportal. Instagram Global Overview 2025. URL: <https://datareportal.com>
32. Etno.namystynka. Instagram. URL: <https://www.instagram.com/etno.namystynka/>
33. European Journalism Centre. Media Project Evaluation Guide. Maastricht, 2021.
34. Hootsuite Blog. "Social Media Trends 2024: Insights and Strategy." URL: <https://blog.hootsuite.com/social-media-trends/>
35. Hootsuite. "Instagram Scheduling Tools 2024". URL: <https://blog.hootsuite.com/instagram-scheduling-tools/>
36. Hootsuite. Social Media Metrics That Matter: A Guide to KPIs and Analytics. 2023.
37. Hootsuite. The Power of Consistency in Social Media Publishing. URL: <https://hootsuite.com/research>

52. SendPulse. Як правильно оформити шапку профілю Інстаграм. URL: <https://sendpulse.ua/blog/instagram-profile-header>
53. Shopify. "Budget-Friendly Tools for Creators". URL: <https://www.shopify.com/blog/tools-for-creators>
54. Shopify. Instagram Marketing Strategy 2025. URL: <https://www.shopify.com/blog/instagram-marketing>
55. Shopify. Instagram Marketing: Create Your Strategy for 2025. URL: <https://www.shopify.com/blog/instagram-marketing>
56. Socialinsider Blog. Reel vs Story: When and How to Use Each Content. URL: <https://www.socialinsider.io/blog/reel-vs-story/>
57. Sontse.jewelry. Instagram. Available at. URL: <https://www.instagram.com/sontse.jewelry?igsh=MTlzYXBocmQxMWljZA==>
58. Sprout Social. Social Media Stats and Strategy Insights 2025. URL: <https://sproutsocial.com/insights/instagram-stats/>
59. UNESCO. "Ethical Principles for Cultural Content in Digital Media". URL: <https://www.unesco.org/en/ethics/culture>
60. Vichnistt. Instagram. URL: <https://www.instagram.com/vichnistt/>
61. What Is Social Media Engagement?. *Hootsuite*. URL: <https://blog.hootsuite.com/social-media-engagement/>

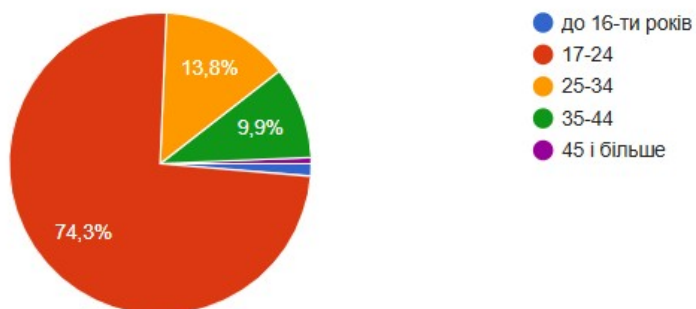
ДОДАТКИ

Додаток А

РЕЗУАЛЬТАТИ ОПИТУВАННЯ ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ

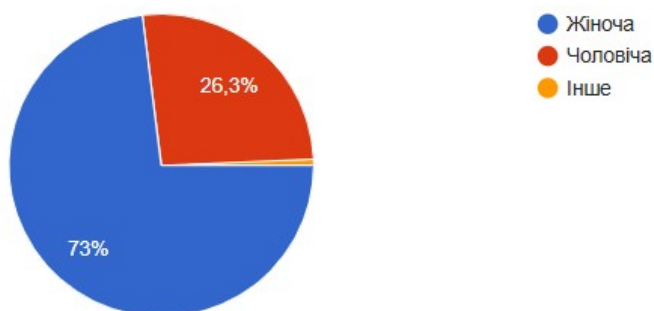
Ваш вік?

152 відповіді

 Копіювати діаграму

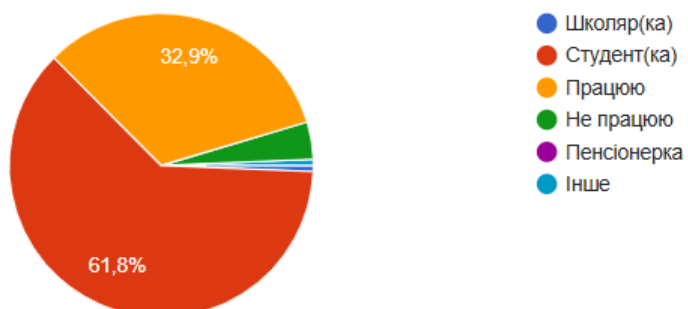
Ваша стать

152 відповіді

 Копіювати діаграму

Ваша зайнятість?

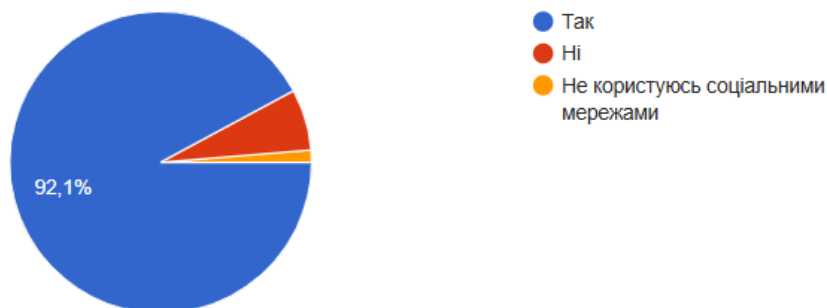
152 відповіді

 Копіювати діаграму

Чи маєте ви акаунт в Instagram?

 [Копіювати діаграму](#)

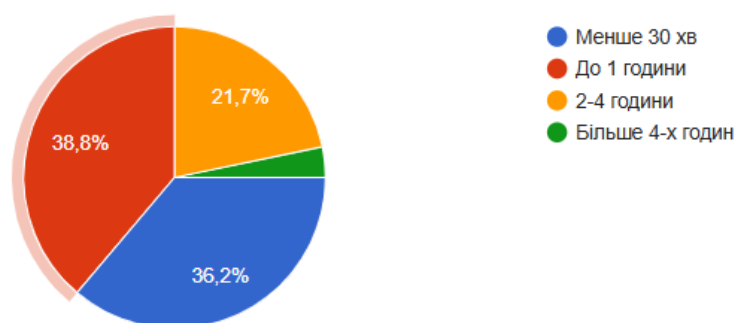
152 відповіді



Скільки часу ви зазвичай проводите в Instagram на день?

 [Копіювати діаграму](#)

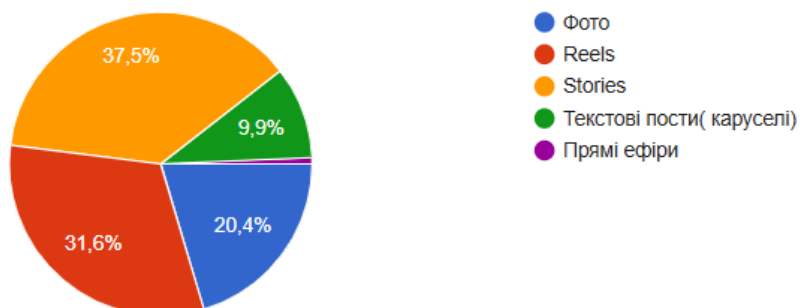
152 відповіді



Якому формату контенту ви надаєте перевагу?

 [Копіювати діаграму](#)

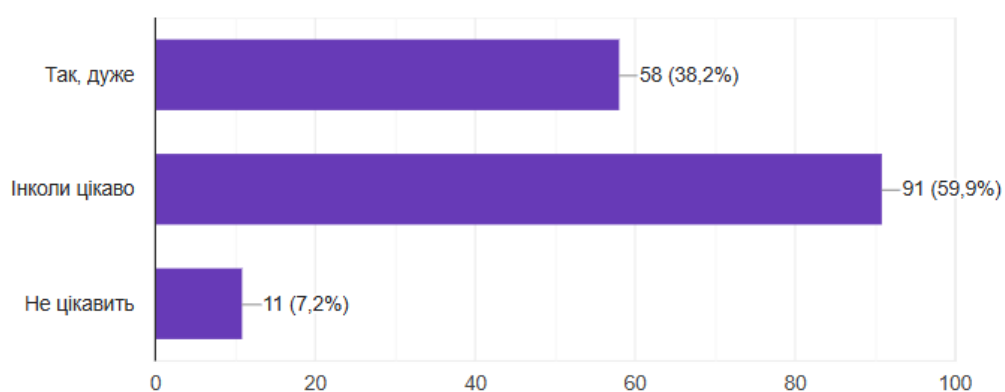
152 відповіді



Вас цікавить контент на культурну тематику (історія, традиції, народне мистецтво)?

 [Копіювати діаграму](#)

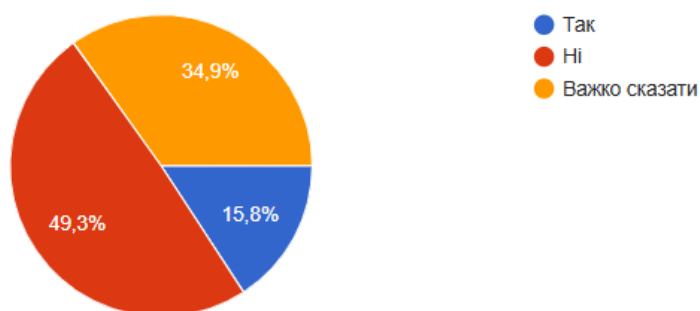
152 відповіді



На вашу думку, в Instagram достатньо якісного контенту про українську культуру?

 [Копіювати діаграму](#)

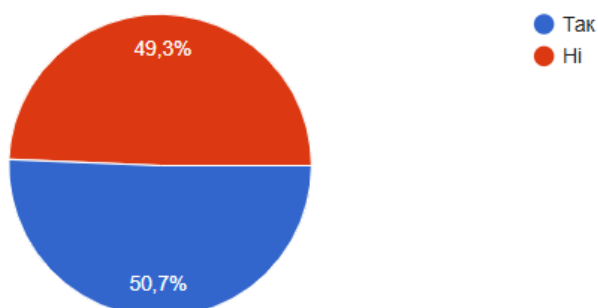
152 відповіді



Чи стежите ви за блогами на культурну тематику?

 [Копіювати діаграму](#)

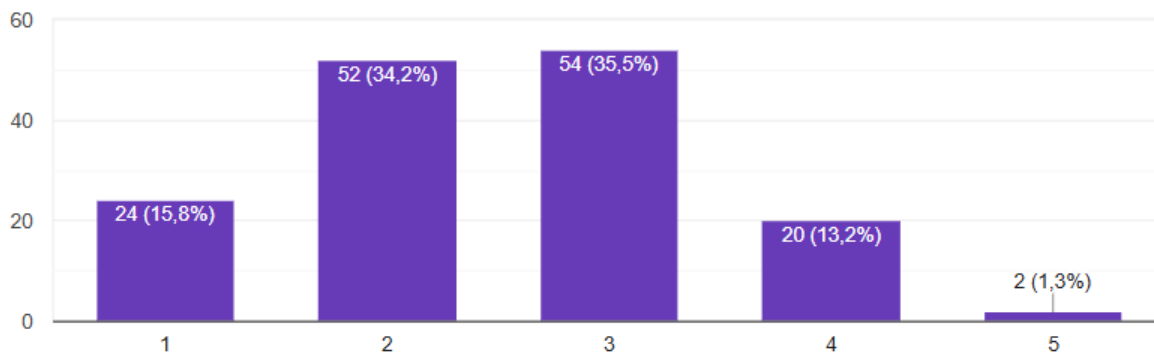
152 відповіді



Як ви оцінюєте рівень власний обізнаності щодо українських народних прикрас?

 Копіювати діаграму

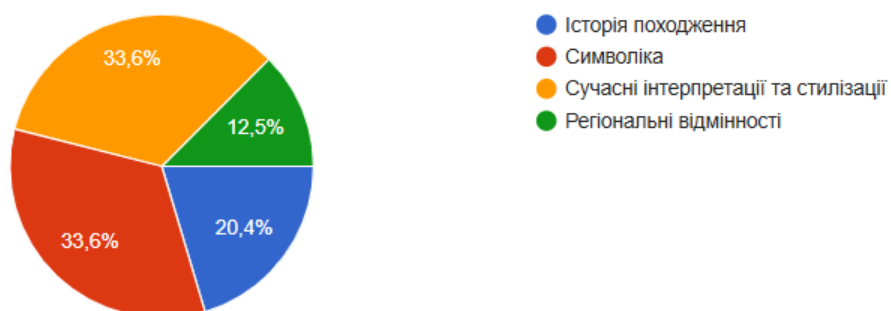
152 відповіді



Які аспекти теми українських прикрас вам цікаві?

 Копіювати діаграму

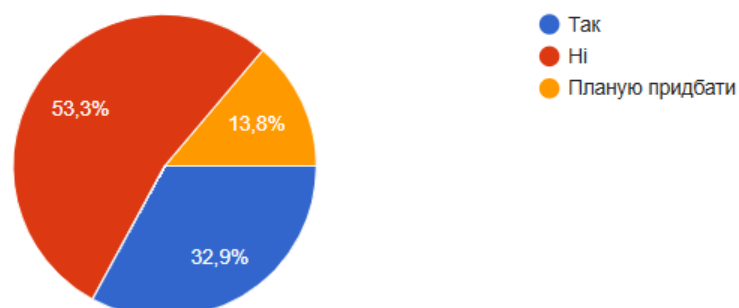
152 відповіді



Чи є у вас українські традиційні прикраси?

 Копіювати діаграму

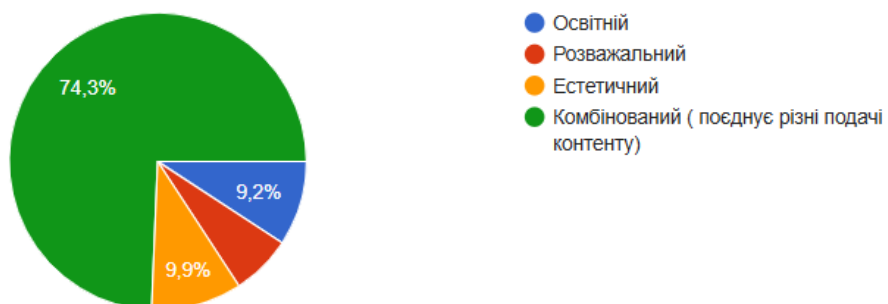
152 відповіді



Який стиль подачі контенту вам найбільше подобається?

 Копіювати діаграму

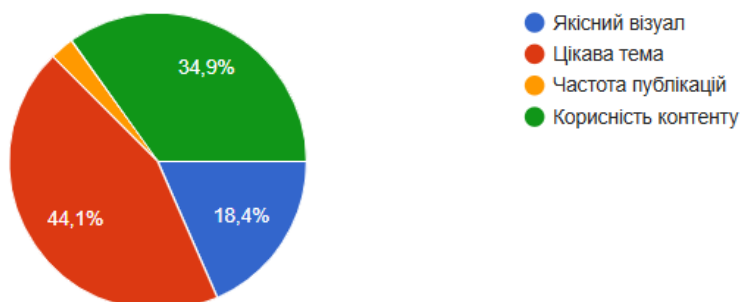
152 відповіді



Що для вас важливо при підписці на новий Instagram-блог?

 Копіювати діаграму

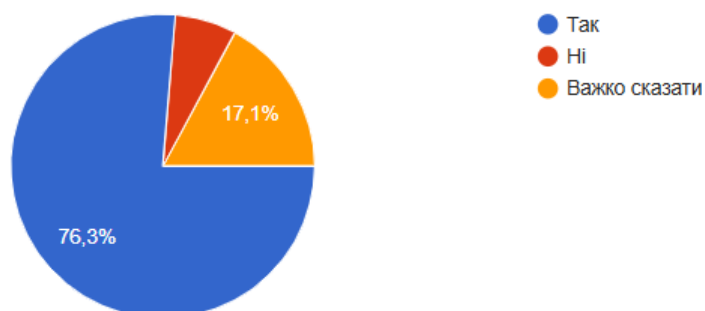
152 відповіді



Чи підписалися б ви на блог про українські традиційні прикраси, якби він був цікавий та якісний?

 Копіювати діаграму

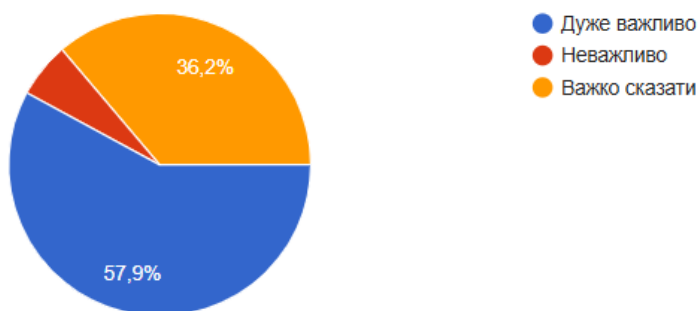
152 відповіді



На скільки вам важливо підтримувати українських майстрів та культурні ініціативи в Instagram?

 [Копіювати діаграму](#)

152 відповіді



АНАЛІЗ ПРЯМИХ КОНКУРЕНТІВ

Додаток Б

Аналіз прямих конкурентів:			
Назва блогу:	<u>vichnistt</u>	etno.namystynka	<u>liliana.antoniv</u>
Про що блог?	Комерційний блог про бісерні українські прикраси та традиції	<u>Комерційний</u> блог про українські прикраси та сучасні стилізації	Комерційний блог, де майстриня створює прикраси за мотивами українських традицій та розповідає про культуру через власні вироби
Кількість підписників:	5 450	11 100	12 100
В чому унікальність?	Створює унікальні авторські бісерні прикраси	Створює унікальні авторські прикраси зі срібла та металу, а також стилізує з сучасним одягом	Створює унікальні авторські прикраси за <u>стародавніми</u> мотивами
Візуальний стиль:	Присутній	Присутній	Немає чіткого стилю
Формати контенту:	<u>Фотокаруселі</u> , Reels, сторіс	<u>Фотокаруселі</u> , Reels, сторіс	<u>Фотокаруселі</u> , відео, сторіс
Тип контенту:	Комерційний, історичний, естетичний	Комерційний, історичний, естетичний	Комерційний, історичний, естетичний
Частота публікацій:	2-5 постів/місяць	5-10 постів/місяць	15-25 постів/місяць
Методи просування:	<u>Колаборації</u> з іншими брендами, реклама у блогерів	<u>Колаборації</u> з іншими брендами, реклама у блогерів	Співпраця з телеканалами, виставки, воркшопи
Активність аудиторії:	Активна, коментує та лайкає <u>дописи</u>	Активна, коментує та лайкає <u>дописи</u>	Активна, коментує та лайкає <u>дописи</u>
Сильні сторони:	Гарний візуал та якісний контент	Гарний візуал, єдиний стиль, різноманітність рубрик	Регулярний контент та широкий асортимент прикрас
Слабкі сторони:	Нерегулярність публікацій.	-	Відсутність єдиного стилю

Додаток В

Instagram-блог @sontse.jewelry

SONTSE.JEWELRY