МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет міжнародних відносин
Кафедра журналістики

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри
Васильченко В'ячеслав Миколайович
_____
«___» _____2023р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»

СТВОРЕННЯ ІНСТАГРМ-БЛОГУ З ТЕМИ САМОРОЗВИТКУ

Виконавець: Сичова Марія Юріївна
_____

Керівник: старший викладач

Кевлюк Ірина Володимирівна
_____

Нормоконтролер: канд. пед. наук, доц.

Остапчук Світлана Сергіївна
_____

Київ-2023

ЗМІСТ

ВСТУП……..3

РОЗДІЛ 1. СТАНОВЛЕННЯ ТЕМИ САМОВДОСКОНАЛЕННЯ У СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ ІНСТАГРАМ…….…….6

1.1. Поняття, процес і методи терміну саморозвиток у інстаграм-блогінгу……..6

1.2. Аналіз українських блогів на тематику самовдосконалення ……20

Висновки до розділу 1……..……..…26

РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА ВЛАСНОГО ІНСТАГРАМ-БЛОГУ «VCEсвіт»….……27

2.1. Концепція, характеристика та головна ідея блогу з саморозвитку …..……27

2.2. Просування власного проєкту у мережі Інстаграм…….……36

Висновки до розділу 2……..……39

ВИСНОВКИ……...41

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ…….……43

ДОДАТКИ……..……46

ВСТУП

Актуальність проблеми: На сьогоднішній день, соціальні мережі стали невід'ємною частиною життя людства. Для початку соціальні мережі розглядаються як спосіб комунікації між людьми, але в процесі змін і розвитку - мережа стала одним із способів отримання інформації, заробітку і вирішення проблем. За допомогою соціальних мереж з легкістю можна вивчати людей, їхні потреби, будувати бізнес і продавати свої послуги.

Особливу популярність у просуванні здобула соціальна мережа Інстаграм, яка дозволяє публікувати фото-відео-матеріали, проводити трансляції та постійно знаходитися у режимі «онлайн».

Вивчаючи сучасні тенденції, в моду увійшли блоги про саморозвиток, про прийняття себе, прийняття свого емоційного плану, своєї психіки і вивчення психології. В період розвитку нашої планети, люди перестали розуміти себе, що призвело до зниження працездатності. Тобто, для того щоб отримати людину, яка чітко виконуватиме свої обов'язки, працюватиме і збагачуватиме планету, варто познайомити її із самою собою - допомогти зрозуміти і прийняти себе як особистість. Для цього потрібне створення першокласного блогу, де автор спрямує свої навички й уміння, заглибитися в тему саморозвитку, почне роботу за допомогою психологів, за допомогою особистого інтересу і вивчення в галузі допомоги людям, саме почне писати про це, розвивати цю тему, давати поради, він наблизить опонентів до розуміння себе і чіткого прояву своєї професії, що допоможе іншим. Така людина захоче купувати блог, захоче читати й отримувати інформацію, бо процес розбору себе є ефективним.

Вивченням цієї теми є західні науковці, які присвятили свої роботи аналізу соціальної мережі Інстаграм, її впливу на суспільство та прогрес: Бульянн. Н., Кертін Н., МакГарті К., Чіа-Чень Ян.

Мета дослідження: вивчення та створення Інстаграм-блогу на тему саморозвитку

- охарактеризувати поняття, процес і методи саморозвитку
- дослідити аудиторію та конкурентів
- проаналізувати рекламні можливості та популяризацію соціальної мережі Інстаграм
- окреслити способи заробітку на платформі Інстаграм
- створити свій блог, включаючи перераховані вище аспекти

Об'єкт дослідження – є соціальна мережа Інстаграм і її блоги на тематику саморозвиток.

Предмет дослідження – є комунікативні можливості соціальної мережі Інстаграм у створенні блогу із саморозвитку

Методи дослідження. При написанні дипломної роботи використовувались такі методи дослідження, як методи аналізу, спостереження та порівняння**.**

Наукова новизна отриманих результатів. Проаналізовано знання про соціальні мережі як інструмент спілкування в сучасному світі, досліджено платформу «Інстаграм», його історію та особливості використання, розроблено власний блог «VCEсвіт».

Практичне значення отриманих результатів роботи. Дипломний проєкт можна використовувати при створенні нових блогів на тему саморозвиток. Його можуть використовувати професіонали при створення власних курсів та тренінгів.

Апробація результатів дослідження. Зміст і результати дослідження висвітлювалися на Науково-практичній конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених «Політ. Сучасні проблеми науки – 2023» та IV Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Integration of Education, Science and Business in Modern Environment: Winter Debates».

Публікації. Основні положення дипломної роботи було викладено в публікаціях:

- Сичова М.Ю. Аналіз блогу про саморозвиток у мережі «Інстаграм» Актуальні проблеми соціальних комунікацій : збірник матеріалів Дев'ятої всеукраїнської студентської наукової конференції. Київ: НАУ, 2023. (подано до друку).

- Сичова. М.Ю. Складові успішного просування блогу у мережі «Інстаграм». «ПОЛІТ. Сучасні проблеми науки»: матеріали XXIII Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених, Київ: НАУ, 2023 (тези подано до друку).

Структура роботи. Дипломна робота складається з 54 сторінок та 2 розділів

РОЗДІЛ 1.
СТАНОВЛЕННЯ ТЕМИ САМОВДОСКОНАЛЕННЯ У СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ ІНСТАГРАМ

1.1. Поняття, процес і методи терміну саморозвиток у інстаграм-блогінгу

Поняття «саморозвиток» не є новим для психології. Його вживають, коли важливо підкреслити самодетермінований характер розвитку, роль персонального чинника у розвитку. Однак протягом довгого періоду часу саморозвиток існував у науці не як предмет дослідження, а як пояснювальна категорія, що виражає принцип активності особистості в розвитку [4]. За саморозвитком не був закріплений статус психологічного феномена. Можливо, це пояснюється, що у психологічних словниках і підручниках із психології немає статей, присвячених саморозвитку. За останні десятиліття ставлення до саморозвитку змінилося [8].

Зараз саморозвиток - це сукупність способів пізнання себе, свого внутрішнього світу, розуміння своєї психіки та психології.

Процес саморозвитку дає змогу людству розвиватися і розвивати свої навички, які були приховані в момент народження і заново набуті в період дорослішання. Таким чином, ця еволюція відбувається щомиті, рівно до першого й останнього подиху. Також важливо визначити, що індивід може втратити чітке уявлення свого розвитку через навколишній середовище - соціум, а саме вплив першого досвіду психологічного насильства або гіперпротекцію. Опонент втрачає чіткість визначення своєї ролі, а саме чи є він суб'єктом розвитку, чи цю посаду виконують інші.

Саморозвиток - двосторонній процес [16]. Втрачаючи чітке уявлення свого розвитку, індивід намагається відшукати головну причину проблеми, через що

починає повний розвиток себе. Перебуваючи у своїй ролі - індивід продовжує процес пізнання, щоб вийти на новий рівень свідомості. У результаті з'являється ще одне поняття саморозвитку, прикладом може слугувати знання таких наукових діячів як В.І. Слободчиков та Є.І. Ісаєв, які пояснюють, що: «Саморозвиток - це фундаментальна здатність людини ставати та бути справжнім суб'єктом свого життя, перетворювати власну життєдіяльність на предмет практичного перетворення».[1]

Проблема самовираження свого істинного прояву є найактуальнішою серед населення нашої планети, та веде активне обговорення у соціальниих мережах, де людей з різних країн обєднує втрата своєї звичної реальності [3]. Від самого початку процес саморозвитку має починатися з прийняттям того, що в житті опонента відбуваються конкретні труднощі, через які він не може адекватно мислити та існувати в тій ситуації, в якій він зараз перебуває. Для нього настає криза. Перебуваючи в тривожному стані, людина починає втрачати реальність зі світом, починається переоцінка цінностей, своїх можливостей, свого життя, свого оточення, своєї робочої діяльності, свого розуміння і бачення світу [9]. Настає період адаптації до нової реальності навколишнього світу, де важливий етап займає саме прийняття цієї реальності. Прийняття - це один зі способів позбавлення контролю, який перебуває все життя з людиною. Втрата контролю є народженням нового сприйняття. У такому стані опонент має дати собі можливість прожити емоціональний фонд, який зявляється паралельно, - це той самий період, коли формується нова особистість після втрати обманливої особистості [5]. Існують базові методи саморозвитку, які проаналізовані відомим ізраїльсько-американським науковцем Даниелом Канеманом в його роботах [6] та дають побачити як суспільству прийти до себе:

1. Зрозуміти й оцінити необхідність змін
2. Проаналізуйте свої слабкі сторони та оцініть сильні сторони
3. Ставити цілі, складати плани та графіки
4. Приділяйте увагу фінансовій грамотності та здоров'ю
5. Знайти нові захоплення і способи відпочинку

6. Подолати перешкоди і прийняти своє нове життя

7. Зрозуміти й прийняти себе

Дана інформація дає зрозуміти, що кожний метод – це складна робота, адже кожен заголовок має більше 30 дій, щоб остаточно виповнити пункт плану. Важливо зазначити, що саморозвиток – це дисципліна, яку людина, знаходячись у період трансформації та переоцінки свого життя, частіше за всього не зможе підтримувати. Сутність блогу дати опоненту ту дисципліну і правильний підхід до самореалізації, який допоможе правильно сприймати реальність в якій він живе [18].Загалом, блог про саморозвиток слугує платформою для вивчення та обміну інформацією про особистісний ріст і розвиток. Це простір для просування позитивних змін і пропозиції рекомендацій та ресурсів людям, які хочуть самовдосконалюватися. Концепція блогу про саморозвиток побудована на вірі в те, що кожна людина має потенціал для зростання і процвітання, і він надає читачам інструменти та підтримку, необхідні для досягнення своїх цілей. Блог саморозвитку - це тип блогу, який фокусується на допомозі людям вдосконалювати себе, ділячись ідеями, порадами та стратегіями щодо особистого зростання, мислення, мотивації та продуктивності [11]. Нижче наведено деякі загальні характеристики блогів саморозвитку, які дають чітку уявлення про наступні дії проєкту дипломної роботи:

1. Чітка ніша: Блог для саморозвитку вимагає чіткої ніші або області фокусування. Він може бути зосереджений на певному аспекті самовдосконалення, наприклад, продуктивності або мисленні, або ж мати ширший фокус на особистісному зростанні.

2. Якісний зміст: Контент блогу саморозвитку повинен бути інформативним, цікавим і спонукальним до дії. Пости повинні містити ідеї, думки та стратегії, які читачі можуть застосувати у своєму повсякденному житті.

3. Залучення читачів: блогери, які ведуть блог саморозвитку, повинні заохочувати читачів до взаємодії з їхніми публікаціями, залишаючи коментарі, ставлячи запитання та ділячись своїми думками. Це допомагає створити відчуття спільноти та заохочує до співпраці.

4. Особистий голос: успішний блог саморозвитку часто має унікальний голос, який резонує з читачами. Особистість блогера та його стиль написання повинні проступати в його публікаціях, роблячи їх зрозумілими та переконливими для аудиторії.

5. Послідовність: регулярна публікація має вирішальне значення для блогу саморозвитку, щоб залишатися актуальним і розширювати свою аудиторію. Блогери повинні прагнути публікувати пости за узгодженим графіком, незалежно від того, чи це раз на тиждень, чи двічі на місяць.

6. Експертність: блогери, які позиціонують себе як експерти у своїй галузі, мають більше шансів завоювати довіру та залучити лояльну аудиторію. Для цього потрібно постійно навчатися та бути в курсі останніх подій у своїй ніші.

7. Прозорість і достовірність: успішні блогери, які займаються саморозвитком, прозоро та достовірно розповідають про свій досвід, успіхи та невдачі. Це допомагає читачам налагодити з ними більш глибокий зв'язок і може підвищити їхню довіру.

8. Заклик до дії: блоги саморозвитку повинні закінчувати кожну публікацію закликом до дії, заохочуючи читачів зробити наступний крок або застосувати те, чого вони навчилися. Це допомагає читачам набирати обертів на шляху особистого розвитку.

Загалом, блог саморозвитку має бути інформативним, цікавим і спонукальним до дії, з акцентом на допомогу читачам у їхньому самовдосконаленні [24]. Успішні блогери в цій ніші є послідовними, прозорими та мають чітку нішу або сферу діяльності, серед інших характеристик, згаданих вище. Головне завдання таких блогів показати суспільству, що їх дилеми мають вирішення та позбавлення саморуйнування, можна тільки сучасним способом донесіння інформації – через соціальні мережі [15]. Людство живе в епоху технологій, а їх сприймання інформації дуже змінилося в період розвитку технологічного прогресу. За різними даними, від 60% до понад 70% інформації сприймається візуально. Якщо задіяні обидва канали отримання інформації - зоровий і слуховий, то людина може сприйняти до 65% змісту цієї інформації

[4]. Платформами для розповсюдження і обговорення інформації стали такі соціальні мережі як Інстаграм, Фейсбук, Тік-Ток, Твіттер [22]. Але тільки одна соціальна мережа набула популярності і стала легкою для обміну інформації, консультуванні та допомоги – це платформа Інстаграм. Вона обрана через свої візуальні можливості, адже завдяки ним інформація точно дійде та не буде загубленою в період розвитку мережі. Ця платформа проста у користуванні, редагуванні, має велике поле для записів, що збільшує можливість для самореалізації. Важливим є аналіз можливості платформи Інстаграм для створення власного інстаграм-блогу з саморозвитку. Основну частину займає візуальний контент: фото та відео. Візуальний контент важливий на Instagram, тому що ця платформа насамперед є візуальним засобом. Instagram - це обмін фотографіями та відео, і люди приходять на платформу, щоб перегорнути привабливий, надихаючий і візуально приголомшливий контент. Ось кілька причин, чому візуальний контент такий важливий на Instagram:

- Instagram - дуже візуальна платформа: Instagram - це візуальна платформа, і користувачі очікують побачити високоякісні візуальні образи, які привертають їхню увагу, надихають їх і, зрештою, змушують зупинитися й подивитися.
- Візуальні ефекти допомагають розповісти історію: Візуальні засоби можуть передати більше, ніж слова, і на Instagram візуальні засоби можуть допомогти розповісти історію і передати повідомлення переконливим способом.
- Візуальні ефекти підвищують залученість: На Instagram візуальні повідомлення, як правило, привертають більше уваги, ніж повідомлення зі звичайним текстом, тому що вони більш привабливі і притягують користувачів.
- Візуальні ефекти можуть створити індивідуальність бренду: Послідовне використання високоякісних візуальних образів може допомогти створити індивідуальність бренду на Instagram, що може призвести до збільшення кількості передплатників, лайків і загального успіху на платформі.

- Алгоритм Instagram віддає перевагу візуальному контенту: Алгоритм Instagram віддає перевагу контенту з високим рівнем залученості, а візуальні пости, як правило, отримують більше залученості, ніж текстові. Це означає, що використання переконливого візуального контенту може допомогти зробити так, щоб ваші пости побачило більше людей на платформі.

Вони дозволяють сприймати інформацію набагато легше та надавати певні результати. Фотографії відіграють важливу роль в естетичному плані сторінки, адже саме через неї можна залучити людей [10]. Інстаграм - це сайт соціальних мереж, який насамперед орієнтований на обмін фотографіями, де користувачі можуть публікувати і ділитися фотографіями/відео зі своїми підписниками або ширшою спільнотою. Інстаграм Користувачі також можуть виконувати різні дії, пов'язані з фотографіями, наприклад, ставити лайки, коментувати і ділитися чужими повідомленнями. Фотографії на Instagram також служать формою самовираження, де користувачі можуть передавати емоції, досвід та ідеї, ділячись візуальним контентом. Використання фільтрів, тегів, місць та інших творчих елементів надає привабливості та унікальності кожній фотографії, розміщеній на Інстаграм. Крім того, фотографії дають користувачам можливість продемонструвати свою креативність та індивідуальність, тим самим створюючи свій бренд і особисту ідентичність. З огляду на важливість фотографій на Інстаграм, багато користувачів фокусуються на створенні високоякісних, візуально привабливих зображень, які виділяються з натовпу. Таким чином, фотографії відіграють вирішальну роль у визначенні того, наскільки успішним є профіль користувача в мережі і наскільки залучена його аудиторія. По суті, фотографії - це фундамент, на якому будується Інстаграм, створюючи високо візуальну і захопливу платформу соціальних мереж. Платформа представляє набір фільтрів, які додають певний ефект на публікації, роблячи фотографії яскравим та привабливими. Але якщо фільтри, які додані до системи Інстаграм не влаштовують власника, можна власноруч налаштувати їх. Відео також відіграють важливу роль та мають безліч функцій: відео квадратного формату

(однак зараз ви також можете публікувати в портретному або ландшафтному режимі); новітні фільтри: Інстаграм пропонує ряд фільтрів, які можна використовувати для покращення вигляду фотографій та відео. За допомогою цих фільтрів можна додати настрою, змінити колір, насиченість, яскравість і контрастність відео і створити єдиний візуальний стиль; ролики Інстаграм Reels - це нова функція, яка дозволяє користувачам створювати і ділитися короткими однохвилинними відео зі звуком, ефектами та іншими інструментами. Ролики можуть бути музичними, танцювальними або комедійними, і вони пропонують нові способи залучити та розважити підписників; IGTV: IGTV призначений для демонстрації довгих відеороликів тривалістю до 1 години, що дає можливість глибше зануритися у контент. Також можна ділитися IGTV-відео у своїх Instagram Stories, що полегшить підписникам пошук і перегляд більш розширеного контенту; відео в реальному часі: відео в реальному часі дозволяє поділитися подією або досвідом зі своєю аудиторією в режимі реального часу. Тобто можна використовувати відео в прямому ефірі, щоб відповісти на запитання, продемонструвати продукти або провести свою аудиторію за лаштунки; і один з найактуальніших форматів є Instagram Stories. Instagram Stories - це певні публікації, які з'являються у користувачів на 24 години. Така функція відіграє роль оголошення щодо публікацій, трансляцій, тренінгів тощо. Вона дає можливість додаткової, більш інтерактивної комунікації з аудиторією, підвищує шанси отримати більше переглядів публікацій, адже для візуалу туди також можна додавати хештеги, відео та фотографії. Існують ще окремі функції Stories:

- посилання
- опитування
- тести

1. Посилання - це спосіб реклами та продажу. За допомогою такої функції, можна направити аудиторію на будь-який інший сайт, де існує спеціальна пропозиція, проєкт, або допомога суспільству. Для брендів - це можливість

розповісти про себе. Наприклад, кінотеатр KinoPark завжди прикріплює посилання у свої Stories щодо нового фільму. Так вони спонукають людей перейти на офіційний сайт та замовити білети.

2. Опитування - це спосіб надати відчуття клієнту, що він особливий та від його рішення буде залежати наступна дія. Таку функцію використовують майже всі компанії та бренди. Наприклад, акаунт конкурента цього дипломного проєкту Анни Черкасової часто публікує опитування, де аудиторія вирішує, які теми для опрацювання будуть наступними. Це прекрасний інструмент для підвищення інтересу до бренду, блогу, проєкту.

3. Тести - це ігровий спосіб, завдяки якому можна чітко проаналізувати обрані аудиторією варіанти та створити більше контенту. Так, наприклад, відомий психолог Анастасія Швецова один раз на тиждень робить тест та визначає, яка кількість людей обрала той чи інший варіант. В процесі, кожна тема обговорюється протягом тижня.

Отже, аналізуючи функції ,можна зробити висновок, що Instagram Stories – це потужний інструмент для просування бренду. Наприклад, бренд одягу Morning.Star робить протягом дня від п’яти постів Сторіз, використовуючи при цьому всі вищеперераховані функції та інші функції Сторіз, і тим самим збільшив охват аудиторії.

Щоб чітко зрозуміти, які саме публікації і Сторіз набирають велику кількість переглядів та додаюсь послідовників – слід відкрити функцію Статистика і Аналітика, що є у налаштуваннях акаунту. Статистика та аналітика є важливими інструментами для бізнесу та приватних осіб, які використовують Instagram Stories для спілкування зі своїми підписниками. Інстаграм пропонує функцію Insights, яка дозволяє користувачам відстежувати та аналізувати різноманітні дані, пов'язані з їхніми історіями.

Основні показники включають:

1. Враження: Кількість разів, коли користувачі переглядали певну історію.

2. Охоплення: Кількість унікальних акаунтів, які переглянули певну історію.

3. Відповіді: Кількість разів, коли користувачі відповіли на певну історію за допомогою прямих повідомлень.

4. Пересилання: Кількість разів, коли певна історія була переслана іншому користувачеві.

5. Виходи: Кількість разів, коли глядачі залишали історію до завершення її відтворення.

Аналізуючи ці метрики, користувачі можуть отримати уявлення про ефективність своїх історій та визначити сфери для покращення. Наприклад, якщо певна історія має високий показник виходу, користувач може спробувати провести експерименти з різними форматами контенту або публікувати його в різний час доби, щоб побачити, чи покращиться залученість.

Загалом, статистика та аналітика можуть допомогти користувачам створювати більш цікаві та ефективні історії, які резонують з їхньою аудиторією та сприяють досягненню бізнес-результатів. На перших етапах створення блогу та його наповнення, дуже складно привернути увагу великої кількості аудиторії. Тому важливо проаналізувати методи успішного просування блогу, адже соціальні мережі – це прекрасний маркетинговий та рекламний інструмент для бізнесу [26]. Їх використання може допомогти знайти нових потенційних клієнтів та здобути їхню довіру. Проте досягнення цієї мети залежить від якісного просування свого блогу в Інстаграм, що є найкращим інструментом для залучення нових підписників, які з часом можуть стати покупцями або клієнтами. Останнім часом Інстаграм швидко розвивається і набирає популярності, так само як і Фейсбук, постійно впроваджуючи нові функції і стаючи більш цінним для кампаній та користувачів. Інстаграм завоював популярність завдяки унікальному і візуально привабливому способу ділитися моментами з повсякденного життя. Він об'єднав найкраще з додатків для обміну фотографіями та платформ соціальних мереж, унаслідок чого вийшов зручний і привабливий інтерфейс, простий у використанні та доступний кожному, у кого є смартфон. Успіх Інстаграм також можна віднести до раннього впровадження популярних тенденцій, як-от хештеги і фільтри, що поліпшило загальний

користувацький досвід і спростило людям пошук нового контенту. Орієнтація додатка на зображення і відео замість текстового контенту також зробила його більш зручною для мобільних пристроїв платформою, а підхід, орієнтований на фотографії, виявився особливо популярним серед молодих користувачів.

Крім того, інтеграція Інстаграм з Фейсбук, який придбав додаток у 2012 році, сприяла його зростанню, відкривши його для ширшої аудиторії і забезпечивши доступ до ресурсів, необхідних для масштабування платформи.

Загалом, поєднання інноваційних функцій, сильних соціальних зв'язків і легкої доступності Інстаграм сприяло його швидкому зростанню і широкій популярності. Тому в даному матеріалі будуть представлені методи просування в Інстаграм, які були проаналізовані та дають можливість залучати ідеальних підписників та клієнтів. Перед тим, як створювати Інстаграм-акаунт та блог, необхідно визначитися зі своєю аудиторією, тобто вивчити цільову аудиторію, яка буде зацікавлена в продуктах або послугах, що пропонується на блозі. Знання своєї цільової аудиторії вкрай важливе для створення ефективних маркетингових кампаній, побудови стосунків із клієнтами та розвитку бізнесу. Коротко розглянемо: коли відома своя цільова аудиторія, можна створювати «повідомлення», які резонують з нею і відповідають її конкретним потребам та інтересам. Це призводить до тіснішого зв'язку з вашими клієнтами і може сприяти формуванню лояльності до бренду; розуміння своєї цільової аудиторії дає змогу ухвалювати більш обґрунтовані рішення про розробку продукту, маркетингової стратегії та інших важливих бізнес-рішень. Це знижує ризик розтрати ресурсів на ініціативи, які можуть виявитися неефективними або не цінними для ваших клієнтів; розуміння цільової аудиторії дає вам змогу краще передбачати і задовольняти її потреби, що веде до підвищення задоволеності та лояльності клієнтів; знання цільової аудиторії дає змогу точніше спрямовувати маркетингові зусилля, що призводить до підвищення ефективності кампаній і окупності інвестицій.

Загалом, знання своєї цільової аудиторії критично важливе для побудови успішного і стійкого бізнесу. Це дасть змогу краще зрозуміти потреби та

вподобання клієнтів, полегшить створення ефективних маркетингових кампаній і, зрештою, допоможе з часом розвивати свій бізнес. Тобто важливо розуміти, що ЦА - це ті самі люди, на яких буде орієнтований майбутній Інстаграм-акаунт.

- Варто використати свої знання про цільову аудиторію, щоб створити ідеальний формат для свого блогу та «шапки» свого профілю. Кожна кампанія бренду в Instagram має власний базовий дизайн, логотип та історію бренду. Оскільки Instagram — це SNS, який спеціалізується на фотографіях, важливо вибрати кількість публікацій. Створюючи ідеальний фоновий вміст, варто використовувати програму, яка зможе залучити ваших клієнтів: Канва та Піксарт. Це два безкоштовні графічні інструменти, які можна використовувати для створення якісного вмісту, який відповідає естетиці вашого бренду. Бренди можуть досягти успіху тільки шляхом створення продуманого та унікального візуального контенту. У сучасну цифрову епоху візуальна привабливість соціальних мереж стає все більш важливою, особливо для Інстаграм, платформи, яка майже повністю заснована на зображеннях. Те, який вигляд має профіль бренду, може мати значний вплив на загальне сприйняття вашого бренду. Створення продуманого і унікального візуального контенту має вирішальне значення для створення і підтримки сильної візуальної ідентичності бренду. Це означає, що контент має бути не тільки візуально привабливим, а й відповідати цінностям і посланню бренду. Він має бути відмітним і впізнаваним, щоб ваші послідовники могли відразу визначити його приналежність до вашого бренду. Крім того, що контент має мати максимально візуально привабливий вигляд, важливо, щоб він привертав увагу і знаходив відгук у цільової аудиторії. Хорошим способом досягнення цієї мети є створення історій бренду, в яких розповідається про те, хто, що і чому робить бренд. Загалом, щоб досягти успіху в Інстаграм як бренд, потрібно створювати продуманий і унікальний візуальний

контент, який відповідає посланню бренду, впізнаваний і приваблює вашу цільову аудиторію.

- Аналізуючи засвоєні уроки щодо візуального вмісту, варто зазначити, що письмовий вміст так само важливий, як фотографії та відео. Поширена помилка в блогах – не писати вміст і замінювати його емодзі в заголовку публікації. Написання продуманого вмісту для кожної статті – ще один спосіб зв’язатися з аудиторією та взаємодіяти з нею. Подібна проблема існує і з хештегами. Більшість кампаній намагаються просувати свої блоги за допомогою великої кількості хештегів, оскільки це ще один елемент їхньої стратегії в соціальних мережах, але це лише зменшує кількість переглядів. Хештеги - це ключові слова, тому їх кількість має бути від 3 до 5. У Instagram є функція Instagram Stories. Це ще один інструмент, який можна використовувати для покращення охоплення
- Точний розрахунок, коли аудиторія найбільш активна, того вартий, якщо ви хочете отримати велику кількість підписників, людей, яких приваблюють продукти, представлені у вашому блозі. Цей процес чітко пояснює, коли потрібно публікувати свій фото- та відеоматеріал, і збільшує його охоплення на 50%, ніж зазвичай.Функція вимірювання багатства доступна в налаштуваннях Instagram. Щоб залучити велику аудиторію, потрібно ретельно вивчити, які користувачі стежать за вашим блогом, проаналізувати їхні інтереси, публікації та підписників. Це дозволить вам більше взаємодіяти з іншими користувачами та вдвічі швидше залучати підписників.
- Хештеги, дописи, підписники, заголовки та історії є ефективними онлайн-рекламами, коли йдеться про збільшення вашої аудиторії, але просування є ключовим. Бренди можуть використовувати рекламу в Instagram, щоб доповнити кожну публікацію параметрами налаштування, форматами та функціями націлювання, призначеними для збільшення охоплення та залучення. Оскільки алгоритми Instagram, які постійно змінюються, продовжують впливати на бренди, впливових осіб і

переважну більшість користувачів Instagram загалом, просування певних публікацій на платформі може бути корисним. Використовуючи рекламу в цій соціальній мережі для збільшення кількості публікацій. Масова призначена для користувача база Інстагрмі високоцікавий візуальний контент роблять його чудовою платформою для реклами. Значимість реклами у цій мережі зумовлена можливістю охоплення цільової аудиторії і тим, що вона дає змогу брендам наочно демонструвати свої товари та послуги. Одним з найбільш ефективних способів використання Інстаграм для реклами є маркетинг впливу. Бренди співпрацюють з популярними авторитетами мережі, які мають велику кількість передплатників і високий ступінь залученості. Вони розміщують спонсорський контент із зображенням продукції бренду, викликаючи інтерес і ажіотаж навколо бренду та стимулюючи продажі. Також є ще один спосіб розміщення реклами на Інстаграм - це створення спонсорських постів. Бренди створюють рекламу в тому ж форматі, що і звичайні пости в мережі, і використовують можливості таргетингу платформи для залучення потрібної аудиторії. Інструменти таргетингу реклами дають змогу легко охопити конкретні демографічні характеристики, інтереси та моделі поведінки, гарантуючи, що бренди зможуть охопити людей, які з найбільшою ймовірністю будуть залучені до їхнього контенту та вживатимуть заходів. Крім того, функція покупок в Інстаграм дає змогу брендам позначати свої товари в повідомленнях і направляти користувачів безпосередньо на їхні сайти електронної комерції. Ця функція спрощує користувачам пошук і купівлю товарів, які вони бачать у застосунку, тим самим підвищуючи конверсію і стимулюючи продажі. Загалом, реклама на Інстаграм дуже важлива, оскільки вона дає змогу брендам охопити цільову аудиторію і продемонструвати свої товари у візуально привабливій формі. Завдяки великій призначеній для користувача базі та акценту на високоякісному візуальному контенті, Інстаграм став ідеальною

платформою для компаній, які прагнуть підвищити впізнаваність свого бренду і стимулювати продажі.

Отже, аналізуючи методи просування блогу в мережі Інстаграм, можна зробити висновок, що всі методи взаємопов'язані. Вони є важливим доповненням один одного і створюють надійний концепт для просування блогу. Ігноруючи один зі способів розвитку акаунта, можна втратити велику кількість аудиторії.

Повертаючись до теми блогу з саморозвитку, можна побачити її актуальність і вигоду. Тема самовдосконалення стала трендом та гарним способом заробітку для блогерів, які в свою чергу мають вплив на соціум. Вивчаючи сучасні тенденції, у моду увійшли блоги про саморозвиток, про прийняття себе, прийняття свого емоційного плану, своєї психіки і вивчення психології [2]. Тобто, для того щоб отримати людину, яка чітко виконуватиме свої обов'язки, працюватиме і збагачуватиме планету, варто познайомити її із самою собою - допомогти зрозуміти і прийняти себе як особистість. У даній ідеї помітна втрата вигоди, тому що буде існувати опонент, який розуміє свої бажання, але також буде особистість, яка зрозуміла, що їй потрібно, і вкладатиметься у свою справу остаточно. Навівши приклад, можна чітко проаналізувати ідею цієї думки: якщо опонент зрозумів, що його професія лікар, він усвідомив свої бажання і прагнення - він буде першокласним лікарем. Якщо він політик, який справді готовий допомагати людям - він допоможе, якщо це людина, яка керує бізнесом або займається благодійністю - вона виведе соціум із застиглого стану.

Можна зробити висновок, що якщо журналіст-блогер спрямує свої навички й уміння, заглибитися в тему саморозвитку, почне роботу за допомогою психологів, за допомогою особистого інтересу й вивчення в галузі допомоги людям, саме почне писати про це, розвивати цю тему, давати поради, він наблизить опонентів до розуміння себе та чіткого прояву своєї професії, що допоможе решті [16]. Така людина захоче купувати блог, захоче читати й отримувати інформацію, бо процес розбору себе є ефективним на

сьогоднішній день. Журналіст-блогер у свою чергу отримує гроші, послідовників, аудиторію і виконує своє завдання. Присутня взаємна вигода, де паралельно розкривається навички журналіста та опонентів, які заглибилися в це. Для створення першокласного блогу, я в якому не буде зайвої або неправдивою інформації, потрібно повністю проаналізувати їх становище на сьогоднішній день, знайти помилки, позначити їх та виявити конкурентів.

1.2. Аналіз українських блогів на тематику самовдосконалення

Соціальні медіа – це сегмент інтернету, що швидко зростає і поширюється, а його розвиток відбувається занадто швидко [9]. Соціальні медіа стали невід'ємною частиною нашого сучасного спілкування і зробили революцію в тому, як ми взаємодіємо один з одним в Інтернеті. Перш за все, соціальні мережі вважаються ефективним засобом міжособистісного спілкування, адже дають змогу користувачам ділитися інформацією та взаємодіяти з іншими людьми в режимі реального часу, незалежно від їхнього місцезнаходження. Використання соціальних мереж останніми роками різко зросло, і мільярди людей по всьому світу користуються різними платформами. Підприємства та організації також усвідомили потенціал соціальних мереж як потужного маркетингового інструменту. Все це працює знову через те, що люди потребують спілкування, але не кожен може подолати себе і налагодити пряме спілкування через різноманітні ситуації та психологічні бар’єри. Інтернет усуває ці бар'єри і робить спілкування більш зручним. Соціальні мережі надають можливості для розваг і особистісного розвитку. Ось чому нам потрібен блог. Ведення блогу може зруйнувати несвідомі бар’єри, а також привернути інтерес аудиторії [15]

«Блогінг – це діяльність з ведення блогу (англ. Blog, скорочення від web log – мережевий журнал або щоденник). Блог представляє собою веб-сайт, в який постійно додаються нові записи. У записах можуть бути зображення, відео, аудіо, але основу більшості блогів становить текст». [1] Блогінг - це популярний спосіб для приватних осіб, підприємств і організацій поділитися своїми думками,

думками та досвідом із широкою аудиторією в Інтернеті. Існує безліч причин, через які люди вважають за краще вести блог. Деякі ведуть блог як хобі, просто тому, що їм подобається писати і вони хочуть поділитися своїми ідеями з іншими. Інші використовують блогінг як маркетинговий або рекламний інструмент для свого бізнесу, а треті - для створення онлайн-спільноти за певною темою або інтересами. Успішне ведення блогу вимагає прихильності до регулярного створення якісного контенту, а також розуміння передових методів SEO (пошукової оптимізації), які допоможуть гарантувати, що контент буде виявлено, і він приверне трафік на сайт/акаунт. Багато блогерів також взаємодіють зі своїми читачами через канали соціальних мереж, використовують маркетинг електронною поштою та інші рекламні тактики для формування своєї аудиторії та виховання лояльних шанувальників.

Розглядаючи таку соціальну мережу як Інстаграм, можна побачити, що існує велика кількість тем для блогінгу та ідей розвитку самого блогу. Аналізуючи статистику найпопулярніших блогів за 2021-2023 рік [3], зазначається, що в десятку найпопулярніших тем входить тема саморозвитку, розуміння себе, прийняття свого емоційного плану, розкриття своїх тіньових сторін, розвиток навичок комунікації. Суть таких блогів: дати можливість людям зануритися в ті сторони себе, які вони ще не встигли повністю зрозуміти та чітко проаналізувати. Створення такого контенту є одним із найскладніших, адже блогер паралельно має вивчати психологію, консультуватися і повністю брати відповідальність за те, якими методами та способами він представляю важливу інформацію.Для повного розкриття цієї теми, надано кілька Інстаграм-блогів, які спеціалізуються саме на тій тематиці, що була згадана вище. Дуже важливою є частина аналізу блогів, адже знати своїх конкурентів в Інстаграм є основним, оскільки це допоможе краще зрозуміти ринок, зокрема зрозуміти, які ідею працюють, а які ні. Аналізуючи своїх конкурентів, можна дізнатися про їхні сильні та слабкі сторони, що допоможе нам створити кращу стратегію контенту для власного блогу в Інстаграм. Щоб зрозуміти навіщо потрібно визначити та аналізувати конкурентів, зазначимо такі пункти:

- Дізнайтеся про їхню стратегію: аналізуючи Інстаграм-акаунт конкурента, можна дізнатися про їхню контент-стратегію, яка охоплює тип контенту, який вони розміщують, час розміщення і тактику, якій вони приділяють більше уваги.

- Бути в курсі подій на ринку: стежачи за своїми конкурентами, ми зможемо бути в курсі останніх тенденцій і змін на ринку. Це допоможе привести свій контент у відповідність до тенденцій ринку і залишатися актуальним.

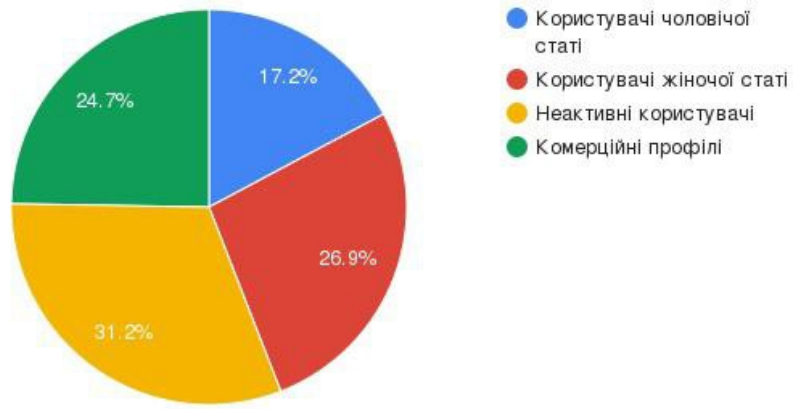
- Встановити свої цілі та орієнтири: Аналізуючи зростання кількості передплатників конкурентів, показники залученості та використання хештегів, можна розробити орієнтири для зростання вашого власного аккаунта в Instagram і встановити більш реалістичні цілі.

- Виявлення нових можливостей: виявивши мінуси в стратегії конкурентів, можна використати цю інформацію і розробити свій контент, який заповнить ці мінуси, забезпечуючи більшу цінність для нашої аудиторії і залучаючи аудиторію конкурентів.

- Конкурентна перевага: стеження за конкурентами дає нам конкурентну перевагу, оскільки тепер можна планувати свій контент на основі аналізу конкурентів, що допоможе диференціювати себе, залишатися унікальним і популярнішим серед аудиторії, яка шукає ту нішу, на яку ви орієнтуєтеся.

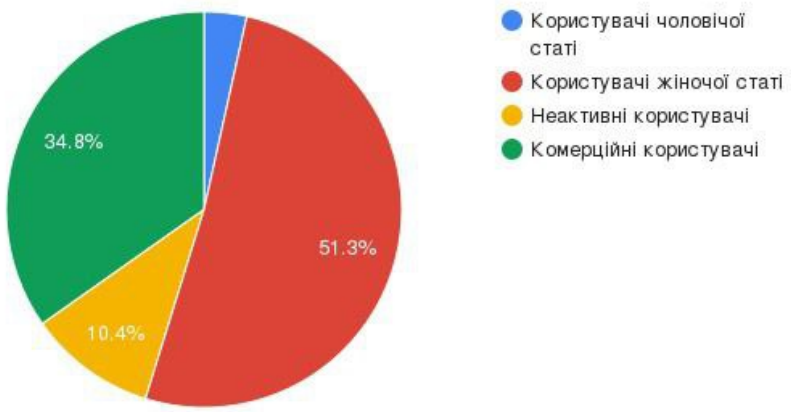
Відстежуючи діяльність своїх конкурентів на Instagram, можна розробити кращу стратегію. Однак також важливо переконатися, що блог залишаєтеся вірними своєму бренду і розповідаєте свою історію в унікальний спосіб, який відповідає інтересам і очікуванням вашої аудиторії. Тобто без копіювання ідей конкурентів, адже тоді блог втрачає свою унікальність. Отже, важливо дати широке та чітке розуміння того, що цікавить соціум і в якому напрямку варто рухатися журналістам-блогерам, які тільки почали вести свої блоги та ті, хто вже веде та потребує більшої інформації:

1. Kamenev.guru – блог, який розвивається на території України, його головна тема - це саморозвиток: (Рис 1.3).



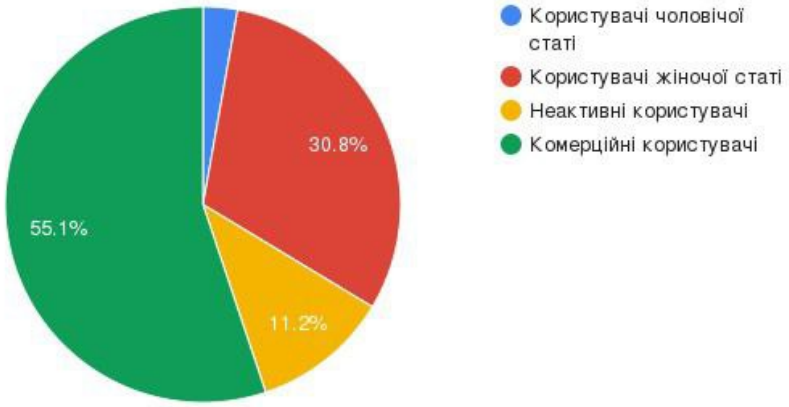
- У блозі присутні такі рубрики: «Шлях до себе», «Психологічні чинники» та «Трансляції», які розкриваються у 77 публікаціях.
- Присутній розмовний контент (трансляції, відео, записи) та текстовий контент.
- Особливість цього блогу базується на якісній подачі матеріалу, який переходить у поглиблений курс аналізу опонента.
- Аудиторія становить 560 осіб. Ця кількість набрана за допомогою паралельного розвитку таких соціальних мереж як Ютуб, Тік-Ток і Телеграм.
- Охват – 4.7%
- Висока відвідуваність з таких країн: Україна (Одеса, Київ, Житомир), Росія (Москва), Казахстан (Астана).
- Недоліки блогу: занадто багато інформації, яка не продається.

3. Anna.dontsova – блог українського походження, тематика якої є саморозвиток: (Рис 1.3).



- У блозі можна присутня чітка і єдина рубрика «Емоції та їхні реакції», яка присутня у 439 публікаціях.
- Присутній розмовний контент (відео, трансляції, тренінги) та текстовий контент.
- Аудиторія становить 1565 осіб, які були набрані за весь час існування акаунта.
- Блог активний.
- Присутні тренінги на тему емоційної стабільності.
- Охват: 4.9%
- Висока відвідуваність з таких країн: Україна (Київ, Харків), Казахстан (Алмати), Росія (Москва)
- Недоліки блогу: маленька кількість рубрик.

4. Elza.maaa – блог, який розвивається на території України та Польщі, тематика – саморозвиток: (Рис 1.3).



- Блог оформлений у стилі «Лайфстайл».
- У блозі присутня рубрики: «Життя», «Просування», «Фріланс» та «Піклування про себе», які розкриваються у 150 публікаціях.
- Присутній текстовий контент у форматі відео та фото.
- Аудиторія становить 4614 осіб.
- Присутній напрямок на соціальну мережу Телеграм.
- Охват: 5.3%
- Висока відвідуваність з таких країн: Україна (Київ, Дніпро, Львів), Польща (Краків, Варшава), Німеччина (Кіль).
- Недоліки блогу: присутні записи не по темі.

Отже, всі чотири блоги, які представлені вище, спеціалізуються на одній тематиці, у них велике охоплення аудиторії, присутні розмовні відео, трансляції, курси, тренінги, але кожен з них використовує схожу інформацію не дотримуючись своїх рубрик: гумор, особисті фотографії не за темою, величезний обсяг інформації, яка не продається. Аналізуючи цю інформацію, можна чітко

визначити, які деталі заважають блогам набирати велику кількість аудиторії, допомагати людям та заробляти на цьому.

Висновок до розділу 1: У цьому розділі було розглянуто поняття саморозвитку, яке пояснює, що це сукупність способів пізнання себе, свого внутрішнього світу, розуміння своєї психіки та психології. Зазначено головну причину звернення до самопізнання - втрата звичної реальності та переоцінка цінностей. Проаналізовані такі процеси як контроль, важливість емоційного фонду та втрати особисті. Розгляд цього процесу є найактивнішою серед населення планети та веде активне обговорення у соціальних мережах. Основною для саморозвитку стали методи ізраїльсько-американського науковця Даниела Канемана, актуальність яких розглядається у дипломній роботі, а їх основа визначила сутність блогу - дати опоненту ту дисципліну і правильний підхід до самореалізації, який допоможе сприймати реальність в якій він живе. Платформою для розповсюдження і обговорення інформації стала Інстаграм. Вона обрана через свої візуальні можливості, адже від 60% до 70% людства сприймає факти лише вищезгаданим способом. Є простою у користуванні, редагуванні, має велике поле для записів, що збільшує можливість для самореалізації. Також, повністю проаналізовані функції мережі Інстаграм, які стосуються фото, відео та сторіз (посилання, опитування, тести). Наведені приклади для повного розуміння матеріалу та його порівняння. Далі зазначені методи успішного просування блогу: визначення аудиторії, створення візуалу і «шапки» профілю, розбір графічних інструментів, аналіз письмового контенту, публікацій, хештегів та реклами. Проаналізована актуальність теми саморозвиток та взаємовигода, що існує в просуванні цієї теми. Розглянуто визначення соціальних мереж та встановлені конкуренти, які спеціалізуються саме на тій тематиці, що була згадана вище. Дуже важливою є частина аналізу блогів, адже це дасть зрозуміти, що надається людям, якими способами вони отримують інформацію, а з іншого боку, якими діляться.

РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА ВЛАСНОГО ІНСТАГРАМ-БЛОГУ «VCEсвіт»

2.1. Концепція, характеристика та головна ідея блогу з саморозвитку

Блог про саморозвиток - це веб-сайт, який фокусується на допомозі людям у самовдосконаленні та розвитку особистості. Це платформа для обміну інформацією, ідеями та стратегіями, які можуть допомогти читачам досягти своїх особистих і професійних цілей. Концепція блогу про саморозвиток ґрунтується на вірі в те, що люди можуть змінити і поліпшити себе. Він слугує простором, де люди можуть дізнаватися і ділитися корисною інформацією, спілкуватися з однодумцями і залишатися мотивованими на своєму шляху особистісного розвитку. Концепція блогу про саморозвиток будується на передумові, що кожна людина має потенціал стати самою собою. Однак досягнення особистісного зростання та розвитку може бути складним завданням без керівництва та спрямування. Блог про саморозвиток надає читачам різноманітні інструменти, методики та ресурси, які допоможуть їм визначити свої сильні та слабкі сторони, поставити цілі та внести позитивні зміни у своє життя.

- Мета і ціль блогу
- Портрет цільової аудиторії
- Рубрики

Мета блогу про саморозвиток – це створення багатофункціонального блогу для пізнання себе, де можна показати опонентам, що їх сприяння світу на такому етапі життя є нормальним; надати їм допомогу щодо розуміння себе.

Завдання такого блогу зацікавити людей у саморозвитку, а також підтримати і розширити знання тих, хто вже перебуває в процесі самовдосконалення.

Блог про саморозвиток має бути інформативним, захопливим і корисним для читачів. Він має пропонувати поради, рекомендації та стратегії, які можна застосовувати в різних сферах життя, адже все взаємоповязано. Використання розповідей може зробити зміст доступним для сприйняття і надихнути читачів на позитивні зміни в їхньому житті. Блог також повинен мати послідовний голос і тон, що відображає бренд і приваблює цільову аудиторію. Важливо створити навколо блогу спільноту, взаємодіючи з читачами через публікації, коментарі та діректи. Нарешті, блог має регулярно оновлюватися свіжим і актуальним контентом, щоб читачі поверталися за новими матеріалами.

Цільова аудиторія блогу про саморозвиток може охоплювати людей різного віку та професій, які прагнуть покращити своє життя та досягти своїх цілей. Аудиторія блогу про саморозвиток може бути найрізноманітнішою, але є певні демографічні характеристики та особливості, що можуть бути більш поширеними серед цього типу аудиторії.

1. Міленіали та покоління Z: молоді покоління, як правило, цікавляться саморозвитком та особистісним ростом і часто шукають керівництва та порад у процесі побудови кар'єри та особистих стосунків, які можна налагодити за допомогою хороших відносин із самими собою. Високий рівень зацікавленності серед покоління Z, пов'язаний із травмуючим досвідом радянських батьків, де самовдосконалення і вміння слухати себе – було рідкістю, а виховання призвело до психологічних бар'єрів. Розбір своєї індивідуальності і розуміння своєї психіки стало основною темою для молодого покоління та міленіалів.

2. Жінки-професіонали: амбітні жінки, які прагнуть до кар'єри, можуть бути особливо зацікавлені в саморозвитку, оскільки вони прагнуть поліпшити свої навички та здібності на робочому місці, але не мають впевненості у своїх діях, через що страждає більша частина їхнього життя. Велика кількість жінок такої характеристики стикаються з проблемами прояву себе у соціумі через невпевненість у наступних діях, через що зменшується активність дій і мотивація щодо працювання і заснування власної кар’єри.

3. Підприємці та власники малого бізнесу: ті, хто працює на себе або веде власний бізнес, часто відчувають сильне бажання підвищити свою кваліфікацію і подолати бар'єри на шляху до успіху. Кожна людина хоче знайти себе і займатися своєю справою, але так звані бар'єри, які заважають їй самовдосконалюватися, стримують розвиток будь-якого бізнесу. Великий процент людей, а саме 63% опонентів, закривають свій бізнес ще до повного його розвитку. Така дія спричинена невмінням правильно оцінювати свої можливості та через внутрішній страх невдачі та оцінки.

4. Люди, які переживають перехідний період: чи то нещодавній випускник, який розпочинає свою першу роботу, чи то батьки, які повернулися на роботу після того, як залишилися вдома з дітьми, чи то люди, які нещодавно розлучилися, чи то ті, хто переживає інші серйозні зміни в житті, - люди, які переживають перехідний період, часто шукають посібник та інструменти для особистісного зростання. Також, це можуть бути люди, які втратили віру в себе або зазнали певних травм, етапу переоцінки цінностей тощо.

5. Ті, хто навчається впродовж усього життя: люди, які цікаві й зацікавлені в постійному навчанні та особистісному зростанні, незалежно від їхнього віку або професійного статусу. Вони можуть розглядати саморозвиток як спосіб розширити свої знання і поліпшити загальну якість життя. Це можуть бути школярі, студенти, професіонали, підприємці, батьки і всі, хто прагне внести позитивні зміни у своє життя.

Наступна дія в концепції блогу – його рубрики. Рубрики важливі для блогу, оскільки вони надають чіткий набір критеріїв для оцінювання якості записів у блозі. Вони також допомагають забезпечити відповідність усіх постів блогу єдиним стандартам, також дають чітко організувати та структурувати свій контент відповідно до заздалегідь визначених критеріїв. Рубрики дають можливість оцінити свої записи і переконатися, що вони відповідають наміченим цілям і завданням свого блогу. Їх можна використовувати для оцінювання різних аспектів запису в блозі, як якість написання, використання відповідних цитат і посилань, рівень аналізу та проникливості, відповідність змісту цільовій

аудиторії та загальна ефективність запису в досягненні наміченої мети. Використання рубрик може допомогти блогерам підвищити якість своїх статей і переконатися, що вони відповідають потребам і очікуванням своїх читачів. Крім того, рубрикатори можуть допомогти відстежувати свій прогрес з плином часу і визначати області, в яких їм необхідно зосередити свої зусилля для поліпшення блогу. В Instagram блозі будуть присутні чотири рубрики, які в процесі розвитку акаунта буду збільшуватися. Кожна рубрика буде розкривати певну тему і кожна назва розкриває справжні проблеми. Вивчаючи конкурентів, було помічено, що люди використовують інформацію в розкид, не маючи чіткого розуміння, про що конкретно вони говорять у своєму блозі, тому ці чотири рубрики будуть представляти початкову версію блогу:

- Ви - це світ
- Тривожність і соціум
- Що ви повинні сьогодні знати
- Щоденні передбачення

1. Ви - це світ.

Ця рубрика дасть змогу опонентові відчути себе в безпеці перебуваючи у власному житті, не відчуваючи дискомфорту від власних думок і відчуваючи однодумців. Це надзвичайно важлива рубрика через те, що велика кількість людей боїться свого мислення, а речі, які вона не може пояснити викликають тривогу, далі психосаматичні відчуття, апатію та зміни у сприйнятті. Коли опонент думає, що таке мислення має лише він – складність перебування у соціумі збільшується, через що людина часто втрачає себе. У процесі розвитку рубрики буде представлений розбір себе, через що людина зможе прийти до своєї первісної версії - тобто до себе справжнього. Також, сама рубрика складатиметься з певних постів.

2. Тривожність і соціум.

Ця рубрика є найактуальнішою на сьогоднішній момент. Вона пов’язана з першим пунктом, але має зовсім інше призначення та форму викладу. Річ у тім,

що більшість людей страждають страхом соціуму, який трансформується в хронічну тривогу. Рубрика розкриватиме те, як перестати боятися соціуму, як підняти свою самооцінку, як стежити за своєю тривожністю, зрозуміти типи тривожності, звідки вона береться, за яких обставин вона проявляється, що стоїть за тривогою, яка може слугувати захисним механізмом внутрішньої системи людини. Розкриваючи таку тему, людина зможе усвідомлювати свою тривогу і справлятися з нею.

3. Що ви маєте сьогодні знати.

Ця рубрика дасть змогу додавати факти дня, що дасть можливість аудиторії розвиватися, а нам - якісний пост, що збільшуватиме охоплення через часті публікації. Аудиторія завжди вимагає більшу кількість інформації, вимагає тему, яку варто обговорювати і над якою варто міркувати, через що такий вид рубрики завжди буде актуальним. Суть третього пункту - дати більшу кількість інформації, але водночас стежити за охопленнями, даючи можливість відстежити зацікавленість опонентів.

4. Щоденні передбачення.

Такий вид рубрики є найактуальнішим у практиці психологів та інстаграм-блогерів. Суть 4 пункту - робота з метафоричними картами та фразування. Два типи передбачення, які зроблять контент яскравим та збільшить охват. Безліч початківців і досвідчених психологів використовують метафоричні карти в роботі з клієнтами, щоб розкрити приховані в несвідомому процеси роботи психіки, усвідомити проблему і вирішити її. Такий вид допомоги буде використовуватися як і в індивідуальній роботі, так і для публічної діяльності. Щоденні передбачення будуть знаковими, вони будуть звертати увагу клієнтів і надавати допомогу.

Розглянувши рубрики дипломного проєкту і зрозумівши його цілі та завдання, варто перейти до створення і прописання візуальної частини блогу з саморозвитку. В першу чергу, фонове оформлення блогу – є основною дією, яка відповідає за залученість аудиторії, адже зорова оцінка буде впливати на рішення опонента щодо зацікавленості сторінки. Перше враження від побаченого

повинно не викликати негативних емоцій та не дратувати око, адже, як зазначалося у першому розділі: «Інстаграм – мережа, що спеціалізується на візуалі». Використання кольорів повинно бути обережним та надавати атмосферу спокою, затишку та не викликати негативної реакції. Тому опис візуалу почнеться з основної профільної фотографії, яка представляє блог та через яку аудиторія зможе розпізнавати блог у Сторіс, або у списку своїх підписок. Також, ця фотографія стане символом акаунта, адже, при копіювання посилання для популяризації блогу на інших ресурсах, буде видно назву та основне фото.

Одже, профільна картина буде мати фотографію дерева сакури, що представляю собою людину, яка після усіх труднощей у своєму житті зацвіла як сакура, та продовжила свій шлях. Далі, по середині, додано логотип блогу VCEсвіт, колір шрифту білий та має назву (шрифт). Таким чином, ми маємо оригінальний аватар з логотипом акаунта, завдяки якому наша аудиторія не зможе пропустити нові публікації або загубити блог – його постійно видно.

Далі переходимо до «шапки» профілю, яка також впливає на результат збільшення аудиторії, адже є візитною карткою сторінки. Інформація у «шапці» повинна бути чіткою, не мати великої кількості тексту, не мати помилок та у разі зміни шрифту – він має працювати як у телефонному форматі Інстаграм, так і на комп’ютері. Тому наш профіль має конкретну інформацію, яка виглядає так: «Блог з саморозвитку». Тобто ми уточнюємо, про ще буде наш блог, щоб аудиторія розуміла його спеціалізацію. Нижче присутня фраза: «Запам’ятай, з тобою все гаразд», що автоматично допомагає налагодити контакт з аудиторією, а саме показати, що це місце є безпечним для опонента.

Після графи опису в «шапці» додається веб-сайт, який пов’язан із нашим блогом. Ця дія буде розкрита у наступному підрозділі, де складно чітке поняття. Далі, наступна графа – це спосіб зв’язку, яку ми теж заповнюємо. Туди додано електрону адресу, куди люди зможуть писати та ставити питання, адже акаунт планує розвиватися і наступною дією стане консультування, а запис буде проходити через пошту або діректи. Переходячи щодо оформлення публікацій,

варто зазначити, що вони мають бути візуально пов’язані із «шапкою» профілю та основною фотографією з логотипом. Для того, щоб зробити дизайн публікацій якісним – ми додаємо кожній рубриці колір, який вже даватиме зрозуміти аудиторії, про що буде запис, а саме, з якої тематики.

Рубрика «Ви - це світ» має рожевий колір публікації. Його номер A97484 – це чітке уточнення не дасть загубити правильний відтінок при роботі з блогом.

Рубрика «Тривожність і соціум» має темно-зелений колір публікацій. Його номер - 535D55. Це комфортний відтінок, який спонукає серйозно сприймати інформацію, але не викликає негативної реакції.

Рубрика «Що ви повинні сьогодні знати» має блідо-рожевий колір. Його номер - F5DAE8. Це розслаблюючий відтінок, який автоматично готує аудиторію до цікавого перегляду стрічки, адже інформаційний потік від публікації не буде впливати на нервову систему.

Рубрика «Щоденні передбачення» має бузковий колір. Його номер - 61557D. Цей відтінок дає відчуття загадковості та містики, а робота з підсвідомістю аудиторії ідеально підходить для такої справи.

Аналізуючи інформації вище, можна побачити, що кольори, які надані для рубрик Інстаграм-блогу пов’язані із центральної фотографію акаунта. Кожен колір рубрики – це всі відтінки аватару. Завядки додатку Color Picker, були проскановані відтінки обкладинки блогу, які і стали основою рубрик. Таким чином, візуально-естетичний план блогу прекрасно підходить по всім параметрам оформлення.

Далі переходимо до самих публікацій, а саме текстового наповнення. Спочатку треба зазначити періодичність публікацій та методи їх викладу. Кожна рубрика посту не повторюється декілька разів на день та має випускатися лише з кольором того візуалу, який зазначено вище.

Перший запис починається з рубрики «Ви – це світ», де автор підлаштовує аудиторію під свій акаунт, даючи безпеку с першого посту та думку для роздуму. По-перше, вступним словом у публікації виступає питання, яке людина буде обдумувати до наступного посту, адже це важливе психологічне запитання. Воно

звучить так: «Що для вас є нормальністю? Як ви уявляєте нормальний стан, до якого так хочете прийти?». Після цього пост продовжується, нагадуючи аудиторії, що твердження «зміни себе», яке використовується суспільством, не є вірним. Далі у пості робиться акцент на основному сенсі саморозвитку і заперечує надані людині до цього знання. Тобто вказується помилка у попередніх знаннях, які до цього були представлені опонентам. Розкриваючи суть далі і одночасно закінчуючи пост, ми зазначаємо, що при розборі себе і при розумінні, можна вийти до своїх справжніх бажань. Перший пост спеціально не є великим, адже він підлаштовує читача до рубрики. Це дасть змогу розкривати приховані стороні опонента через наступні публікації. Щоб просунити пост, додані хештеги: #саморозвиток #трансформація #особистість. Як зазначалося раніше, хештегів повинно бути від 3 до 5, адже вони є ключовими словами роботи. Підтримуючи візуальне оформлення публікації, до тектсу додані стікер «лотос» - символізуючи спокій і гармонію та «лампочка» - символізуючи ідею та роздуми. Сам запис супроводжує музика, яка додана для атмосфери та естетичного прояву. Вдала композиція ідеально підходить та має назву: The Irrepressibles – In This Shirt, автор співає про заглубену душу.

Наступна публікація починається з рубрики «Що ви повинні сьогодні знати». Візуальна частина посту оформлена як пошукова система Гугл, аби додати цікавості і інтерпретувати пошук інформації. Далі, вище вказана тема, яка буду розкривати пост. Перша публікація з цієї рубрики стала про медитацію та її важливість, тому починається з запитання, адже кожна людина потребує спокою пов’язаного зі своїм мисленням: «Чи знаєте ви, що медитація може змінити фізичну структуру нашого мозку?». Досягти цього можна при його тренуванні та розвитку, тому ми вказуємо сам метод – медитація. Ми вказуємо, що вона може знизити активність стресу і занепокоєння у реакції людини. Пост закінчується так: «Ці зміни дають змогу краще контролювати свої емоції та підвищити якість життя». Тобто ми зазначили важливість медитації як факт, адже сама рубрика це і означає. Після закінчення поста, останнім реченням була прописана можливість для наступної публікації: «Зовсім скоро буде пост

відкритий пост про медитацію», а це означає, що таким чином ми вже зацікавили аудиторію і тепер вони чекатимуть на пост. Щоб просунити пост, додані хештеги: #факти #медитація #стрес. Три ключові слова, які не дратують читача і відповідають темі публікації. Пост цієї рубрики має три стікери, які додані на почтку та в середині – це стікер «сакура» - квітка, що символізує весну у душі, та стікер у кінці «сатурн» - планета, що несе гармонію, адже її кільця постійно кружать в одному темпі і ніколи не збиваються, маючи ідеальний контроль. Музикальний супровід у цій публікації відсутній, адже рубрика пов'язана із фактами, які людина вперше дізнається. Музика може збити читача, тому ця рубрика не має такого супроводу.

Наступна публікація починається із рубрики «Тривожність і соціум». Візуальна частина має акцент на зеленому кольорі, як і було прописано вище. Колір спокою та уваги, адже саме цей зелений виділяє дану рубрику. Вище зазначена тема і про ще буде йти у пості: «Не варто соромитися самого себе». Далі сам пост починається не із питання, а з утвердження, яке знайоме усім людям: «Дуже часто ми боїмося людей, а саме того, що вони про нас подумають». Тобто ми налагоджуємо контакт із аудиторією, показуючи, що вони опинилися у такій ситуації не самі, що таке відчуття є відомим для більшої частини населення. Тому робимо акцент через що саме людство переживає, а потім відповідаємо на питання: «Причиною страху оцінки є сором». Через такий прийом ми наближаємо опонентів до суті та даємо їм час на роздуми, а потім додаємо питання, яке дасть можливість зібрати пазл: «Адже ви боїтеся оцінки оточуючих чому? Тому що вам соромно за ваші прояви». Після цього у пості обов'язково зазначається, що це є нормально та обговорення цієї ситуації буде розглянуто впродовж наступних публікацій із цієї рубрики. Щоб просунити пост, додані хештеги: #сором #емоції #тривога. Три ключові слова, які не дратують читача і відповідають темі публікації. Також присутнє наповнення стікерів у публікації – це «око», яке символізує соціум, який наче слідкує за опонентом, «стрілочка», яка інформує та виділяє важливий момент та «серце», яке символізує любовь та розуміння, яке так потрібно читачеві. Музикальний

супровід присутній у цій рубриці та має таку назву: Oneheart, Reidenshi – Snowfall. Вона символізує спокій і розслабляє.

Остання рубрика «Щоденні передбачення» буде мати публікації у Інстаграм-строіз, адже передбачення є щоденними. Функція Сторіз зникає через 24 години, а завдяки Актуальному із «шапки» профілю, вони завжди будуть там і кожна людина зможе їх подивитися. Візульна частина має фіолетовий колір, який символізує лише передбачення, адже це прописано в його рубриці. На першому пості зображені фіолетові квіти, на яких написані основні слова: «Не можна вічно ховатися від того, що так давно намагається вирватися назовні». Тобто ми пишемо людині те, що йому потрібно почути. Сама інформація виходить із минулих постів та спонукає людину прислухатися. Далі ставиться питання: «Може варто прибрати контроль?». І знову ми спонукаємо людей до дії, аби вони прислухалися до істинних себе. У Сторіз також будуть додані три ключові слова, які не дратують читача і відповідають темі публікації: #передбачення #контроль #знак. Один із хештегів буде видно у Сторіз, два інші буду сховані за публікацією, щоб не дратувати очі аудиторії. Стікери, які були одним із головних наповнювань останні три публікації – тут відсутні. Причиною став спосіб публікації, який відрізняється від інших. Музикальний супровід теж відсутній, адже функція «музика» у Сторіз недоступна для громадян нашої країни та не підтримується ще у декількох країнах.

Отже, прописавши усі перші публікації, одразу видно по якій схемі і по якому плану буде працювати проєкт.

2.2. Просування власного проєкту в мережі Інстаграм

Способи просування блогу були вказані в першому розділі дипломної роботи. Це чіткі перевірені методи, які вже були використані в роботі, а також впливають на всю систему просування. Існують методи, які є абсолютно індивідуальними для кожного блогу. Даний проєкт використовував безліч способів пересування, включаючи зазначену раніше інформацію з розділу під номером один. Просування блогу завжди є основою для вдалого формування

бізнесу та збору аудиторії, що важливо в роботі журналіста-блогера. Цей проєкт використовував кілька індивідуальних методів просування, які не зазначаються при загальнодоступній інформації, а з'являються лише при роботі блогера, а саме його взаємодії з усім процесом.

Важливим етапом просування проєкту стала чітка періодичність публікацій, які є основою акаунта. Прцюючи над вичисленням часу найбільшої активності в Інстаграм, використовуючи аналітику з налаштунків соціальної мережі, а також додаток InstaHero, який аналізує сторінку та вказує активні фази блогу, були встановлені цікаві дані. Завдяки отриманої інформації нам довелося викладати публікації рівно за 2 хвилини до основного активу, чітко тоді, коли його збір тільки зростає. Це дало змогу наблизитися до аудиторії та зрозуміти її бажання, а далі розробити власні методи просування через взаємодію, які не прописані в інших джерелах.

1. Взаємодія з іншими соціальними мережами. Це створення аналога основного базового блогу, де більша частина публікацій відрізнятиметься, але буде взаємопов'язаною. Цей проєкт має такий аналог у соціальній мережі Тік-ток, де вже присутні 1200 підписників, цифра яка збільшується з кожною публікацією. Просування дипломної роботи відбувається через зв'язування акаунтів і відкриває доступ для аудиторії, яка, збільшивши цифру на платформі Інстаграм. Взаємодіючи з іншими соціальними мережами - цей проєкт набирає послідовників швидше. Тематика однакова, але спосіб подачі інформації різний, що і привертає увагу аудиторії.

2. Взаємодія з іншими блогерами. Цей метод допоміг набрати аудиторію для цього проекту, що стало основним пунктом особистісного просування. До контакту з блогерами-крнкурентами входить проведення трансляцій на будь-яких інформаційних платформах, обговорення певних тем за допомогою коментування і створення загальних рубрик, які підтримуватимуться з обох сторін. Наш проєкт провів маштабну трансляцію із саморозвитку на платформі Ютуб, інформація якої дублювалася у таких соціальних мережах як Телеграм та

Тік-Ток. Це дало більшій частині людей дізнатися про наш проєкт, який існує вже декілька місяців.

Ще одна взаємодія із блогерами – активність на їхніх сторінках блога. Коментуючи їхні публікації, наша дипломна набирає собі аудиторії, адже акаунт примає активну участь в обговоренні такої ж тематики, як наш проєкт. Користувачам постійно мало одного блогу, тому така активність приведе до підвищення власного охвату аудиторії.

3. Взаємодія з аудиторією. Ця дипломна розвивається не лише через вище вказані методи, а, як зазначалося до цього, через просте спілкування з підписниками. Це відбувається через коментарі, адже наш проєкт завжди відповідає на будь-який коментар, пояснюючи або підтримуючи розмову. Такий спосіб робить автора в першу чергу людиною, яка дійсно бажає допомогти. Така людяність викликає довіру, тому охвати збільшуються, адже кількість коментарів додають акаунт у рейтинг. Теж саме відбувається з особистими повідомленнями, коли людина ставить питання та чекає на відповідь. При допомозі або вирішення питання, акаунт викладає у Сторіз подяку від аудиторії, звісно з дозволу опонента, який почав розмову. (Додаток4) Також, важливим є показ свого досвіду у ситуаціях, які обговорюються у блозі. Такі історії також публікуються у Сторіз, адже не мають місця у звичайних публікаціях. Далі, будь-яка інформація зникає через 24 години, але завдяки функції Обране, кожна людина може побачити Сторіз хоч через 30 днів після її публікації. Обговорення вирішених проблем з аудиторією, яка має таку ж ситуацію без вирішення – зближає.

Отже, основним методом просування нашого проєкту є взаємодія із аудиторією. Це важливо, оскільки вона допомагає встановити міцні стосунки і зв'язок з аудиторією. Це зміцнює довіру, бо ми показуємо їй, що нам небайдужа її думка і досвід. Це допомагає сформувати почуття довіри, що дуже важливо для створення лояльної аудиторії. Довірлива аудиторія з більшою ймовірністю дослухається до вашої поради, зробить покупку і порекомендує іншим. Усе, що сказано вище, підвищує залученість і забезпечує цінний зворотний зв'язок, бо

взаємодія з аудиторією дає вам можливість отримати від неї цінний зворотний зв'язок. Можна зробити висновок, що якщо прагнути вести продуктивні бесіди зі своєю аудиторією і конкурентами, можна дізнатися і зрозуміти їхні болючі точки, інтереси, пропозиції та очікування. Прислухаючись до зворотного зв'язку, можна поліпшити свій продукт або послугу і подбати про потреби своєї аудиторії. Саме спосіб взаємодії з аудиторією може допомогти створити спільноту навколо нашого бренду. Як зазначалося вище, варто показувати, що за брендом стоять реальні люди. Олюднення бренду та створення реальних зв'язків є дуже важливим та допомагає створити емоційну прив'язаність зараз аудиторією для довгострокових відносин. Одним словом, взаємодія з аудиторією необхідна для побудови стійкого бізнесу і створення лояльної аудиторії. Взаємодіючи зі своєю аудиторією, ми можемо побудувати довіру, підвищити залученість, отримати цінний зворотний зв'язок, створити співтовариство і олюднити свій бренд для тіснішого зв'язку і зростання. Важливим кроком є знайти правильний підхід до ситауації, але у кожного блогера він індивідуальний. Через вдалі методи просування, кількість аудиторії почала збільшуватися з кожним днем, просування блогу стало швидким процесом. За весь час, можна зробити такий аналіз збільшення аудиторії:

Активність серед підписників стрімко збільшується, серед них є 54,5% чоловіків та 45,4% жінок – майже чітка половина серед аналізу статі (Додаток В). Віковий рейтинг – 18-24 роки, це найбільший процент серед аналітики – 31,3%. Але також активні є опоненти віком 35-44 роки – 26,8%. (Додакток В). Найбільша відвідуваність через такі країни – Казахстан, Україна ті Індія (Додаток В). Дивлячись на загальний рейтинг – на даний момент існує 161 людина, яка зацікавлена та підписана на наш блог. З 7 травня кількість аудиторії зросла на 109%, що є прекрасним результатом (Додаток В)

Висновки до розділу 2: Було зазначено основу мету проєкту, а саме створення багатофункціонального блог для пізнання себе, вказана основна ціль і чітко приписана цільова аудиторія, яка складається з таких груп: міленіали та

покоління Z; жінки-професіонали; підприємці та власники малого бізнесу; люди, які переживають перехідний період; ті, хто навчається впродовж усього життя. Далі впроваджено рубрики, які надають чіткий набір критеріїв для оцінки якості у блозі: Ви - це світ, Тривожність і соціум, Що ви повинні сьогодні знати, Щоденні передбачення. Після цього описано візуальні моменти, встановлено сенс аватару блогу та розбито кожну рубрику на візуальні елементи, які мають свій колір. Це допомагає нам створити публікації та впродовж розділу описувати їх. Далі зазначено просування власного проєкту через взаємодію, які не є базовими, а підходять лише під наш блог: взаємодія з іншими соціальними мережами, взаємодія з іншими блогерами, взаємодія з аудиторією.

Це створило процес просування журналістської діяльності на платформі Інстаграм.

ВИСНОВОК

Отже, всі завдання, які вказані на початку дипломної роботи – виконані. Підсумовуючи обрані дані та наш створенний проєкт, було встановлено загальне поняття терміну саморозвиток, що є основою нашого блогу - це сукупність способів пізнання себе, свого внутрішнього світу, розуміння своєї психіки та психології. Далі встановлена основа причина актуальності цією теми - процес внутрішньої кризи та втрата звичної реальності опонента.

Щоб вплинути на сучасну людину у момент переоцінки цінностей та подальшої трансформації, потрібно надати дисципліну та інформацію, яка буде сприйматися через візуал, а саме - соціальна мережа Інстаграм.

Тому зазнаються основні візуальні можливості мережі, проаналізовані можливості платформи для створення інстаграм-блогу з саморозвитку та визначені базові способи просування.

Далі повністю розглянуті українські інстаграм-блогери, які є конкурентами дипломного проєкту. Виділено основу проблему - ігнорування власних рубрик.

Описано процес створення інстаграм-блогу "VCEсвіт", а саме його концепцію: мета, завдання, цільова аудиторія, рубрики. Мета - створення багатофункціонального блогу для пізнання себе. Завдання - зацікавити людей у саморозвитку а також підтримувати розширити знання тих хто вже перебуває в процесі самовдосконалення. Рубрики: «Ви - це світ», «Тривожність і соціум», «Що ви маєте сьогодні знати», «Щоденні передбачення».

Зазначено особливості дизайну та візуального контенту сторінки. Використано пастельні квіткові кольори, що повністю відповідають відтінками основного аватару - рожеві дерева сакури, які представляють собою людину яка після усіх труднощей зацвіла. На основній фотографії присутній логотип блогу - назва VCEсвіт, що має три поняття: Всесвіт, Все світ, Усі світ.

Далі зазначено просування власного проєкту через взаємодію, які не є базовими, а підходять лише під наш блог: взаємодія з іншими соціальними мережами, взаємодія з іншими блогерами, взаємодія з аудиторією. Це створило процес просування журналістської діяльності на платформі Інстаграм.

СПИСОК ВИКОРАСТННИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гордієнко Ю. М. Інстаграм-блогер як професійна діяльність: особливості та перспективи: конспект лекцій. Харків: ХНУ, 2015. 112 с.

2. Грищенко О. В. Інстаграм-тренди від українських блогерів: аналіз змін у сприйнятті контенту: навч. посіб. Київ: 2018. 36 с.

3. Данилишин Г. В. Інстаграм: соціологічний аналіз популярності соціальної мережі серед молоді. Конференція: Інформація, комунікація, суспільство, 3-5 травня 2017: Львів, Славське. С. 76.12.-77.3

4. Долина І. В. Небезпеки та переваги використання соціальних мереж в інформаційному суспільстві: навч. посіб. 1-ге вид., перероб. та доп. Київ : ЦУЛ, 2014. 103 с.

5. Кевлюк І.В., Коломієць А.Р. Блоги як феномен Інтернет-журналістики. АВІА 2017: XIII міжнародна науково-технічна конференція, 19-21 квітня 2017 р. К., 2017. С. 33.47-34.1

6. Ковальова О. В. Особливості використання соціальних мереж місцевими владами та громадськими організаціями в Україні: наук. вік. Харків: НЗУ, 2017. 13 с.

7. Коваленко О. В. Інстаграмізація життя: особливості використання соціальної мережі Інстаграм в житті молоді. наук. вік. Миколаїв: МНУ, 2019. 56 с.

8. Ковальчук К. В. "Інстаграм як канал комунікацій з молодіжною аудиторією. навч. посіб. Львів : 2018. 17 с.

9. Королі соціальних мереж. Як підвищувати популярність, залучати клієнтів та будувати особистий бренд у соціальних мережах за технологією SOCIAL SELLING. Денис Каплунов; перекладач Ольга Жукова, Київ: Видавництво Букшеф, 2022. 432с.

10. Кравчук М. В. Instagram-реклама: переваги та недоліки використання соціальної мережі в бізнес: конспект лекцій. Львів : ЛНУ, 2015. 9 с.

11. Ленська О. В. Використання соціальних мереж у процесі підвищення конкурентоспроможності підприємств: монографія. Одеса: ОНУ, 2017. 98 с.

12. Лопух О. М. Інстаграм для бізнесу: від теорії до практики: навч. посіб. Київ: 2016. 210 с.

13. Луценко Г. В. Соціальні мережі як новий простір для комунікації та спілкування: матеріали III Міжнародної конференції, 12-15 лютого 2017 р. К., 2017. С. 26.19-27.02

14. Люленко І. В. Соціальні мережі як засіб впливу на формування громадської думки та соціальної поведінки : монографія. Запоріжжя : ЗНУ, 2019. 160 с.

15. Маруняк В. В. Instagram-маркетинг як інструмент просування бренду в соціальних мережах : курс лекцій. Одеса: ОНУ, 2016. 46 с.

16. Мельник О. В. Формування інтернет-залежності на основі користування соціальними мережами. Актуальні проблеми психології: Том І. Випуск 54. Київ: 2015, 79 с.

17. Фенцак Т. І. Психологічні особливості використання соціальних мереж молоддю: монографія. Київ : КНУ, 2018. 505 с.

18. Шаталова В. І. Соціальні мережі в умовах моделювання міжособистісних комунікацій: навч. посіб. 2-ге вид., перероб. та доп. Київ : ЦУЛ, 2016. 152 с.

19. Шевченко О. І. Інтернет-реклама в соціальних мережах як інструмент ефективного маркетингу: екон. віс. Київ: КПІ, 2021. 60 с.

20. Шевчук І. О. Інстаграм-бізнес в Україні: маркетингові стратегії та успішні кейси: Львів, 2017. 114 с.

21. Якимович В. І. "Міжособистісні комунікації у соціальних мережах: від форм до змісту: конспект лекцій. Київ : КНУ, 2015. с. 77-86

22. Smith, K. T. (2019). Social Media Marketing: A Strategic Guide: Learn the Best Digital Advertising Approach & Strategies for Boosting Your Agency or Business

with the Power of Facebook, Instagram, YouTube, Google SEO & More. New York: Independently Published.

23. Phillips, J. (2018). Instagram Marketing: The Ultimate Guide to Building a Brand, Growing an Audience and Making Money on Instagram. CreateSpace Independent Publishing Platform.

24. Kapoor, A. (2018). Digital Marketing Hacks 2019: Instagram, Facebook, LinkedIn, YouTube, Pinterest, SEO, Twitter and Advertising. Independently published.

25. Harrington, P. (2019). Social Media Marketing 2019: How to Leverage The Power of Facebook Advertising, Instagram, YouTube and SEO For Promoting Your Personal Brand. Independently published.

26. Zarrella, D. (2010). The Social Media Marketing Book. O'Reilly Media Inc.

27. Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2018). Social Media Marketing. Sage Publications.

28. Mayer-Schönberger, V., & Ramge, T. (2018). Reinventing Capitalism in the Age of Big Data. London: John Murray.

ЕЛЕКТОРННІ РЕСУРСИ

29. Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media.BusinessHorizons,54(3),241–251. URL:https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005

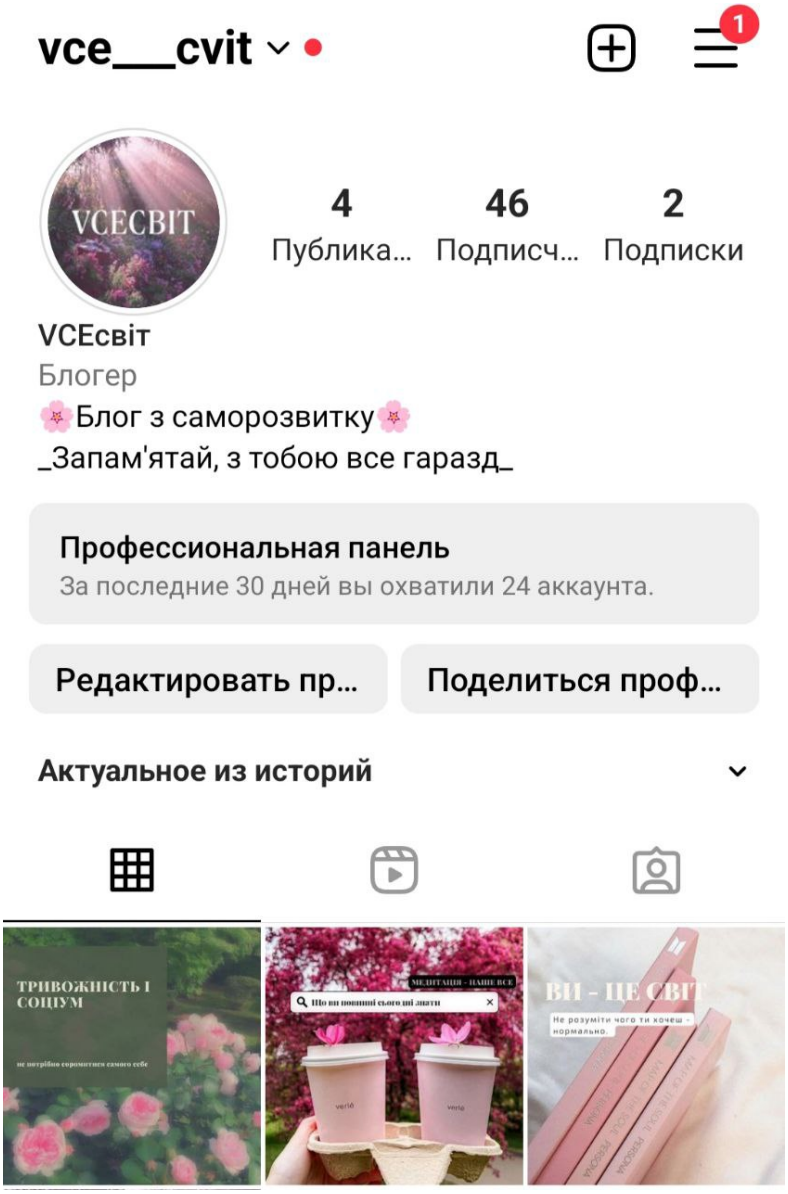
30. Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. Business Horizons, 53(1), 59–68. URL: https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003

31. Sterling, G. (2019, May 1). Instagram officially tests hiding Like counts. Marketing Land. URL: https://marketingland.com/instagram-officially-tests-hiding-like-counts-260521

ДОДАТКИ

Додаток А

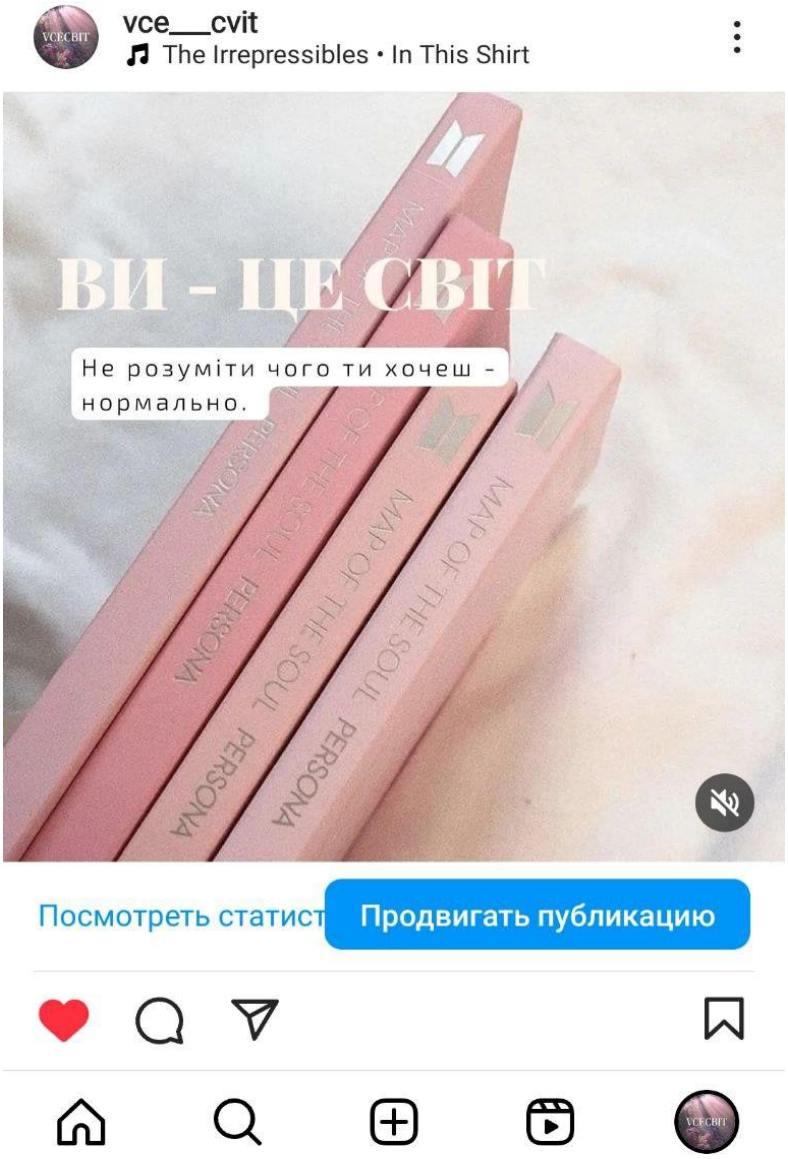
«Шапка» профілю Інстаграм-блог «VCEсвіт»



Розроблено автором

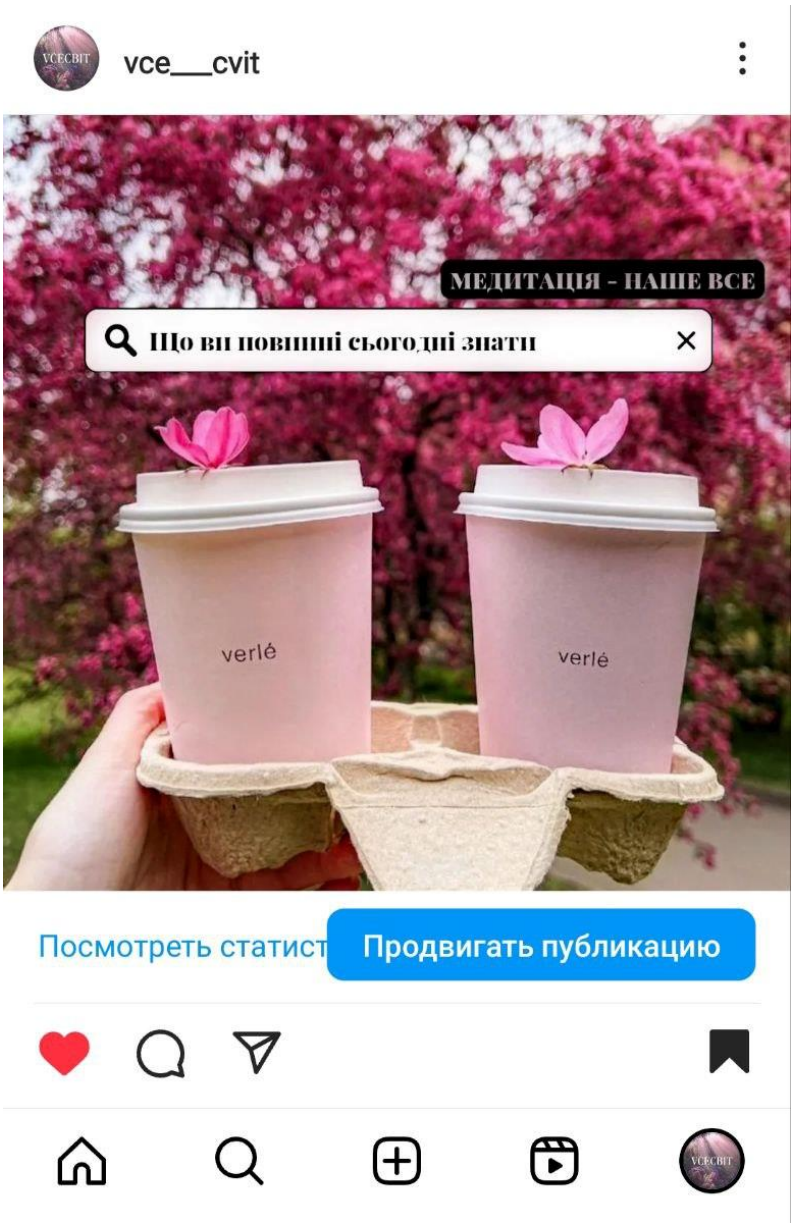
Додаток Б

Публікації з трьох рубрик



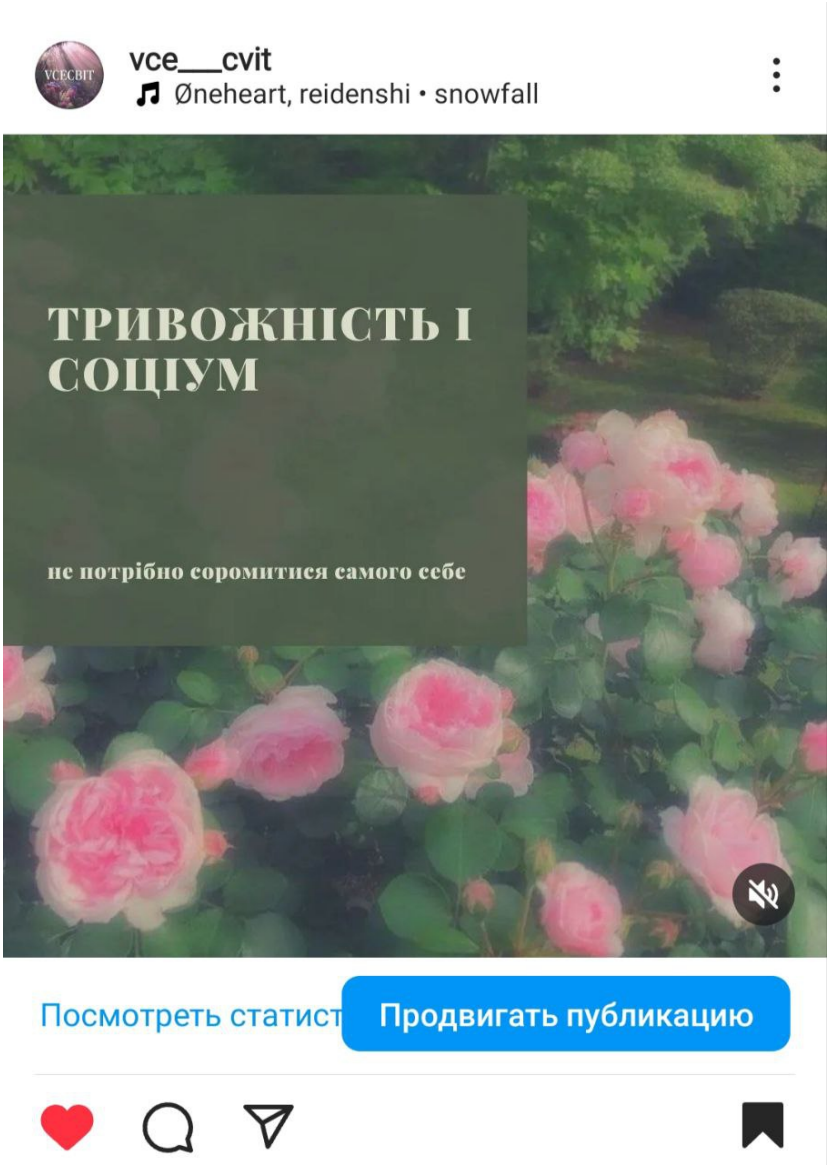
Розроблено автором

Продовження Додатка Б



Розроблено автором

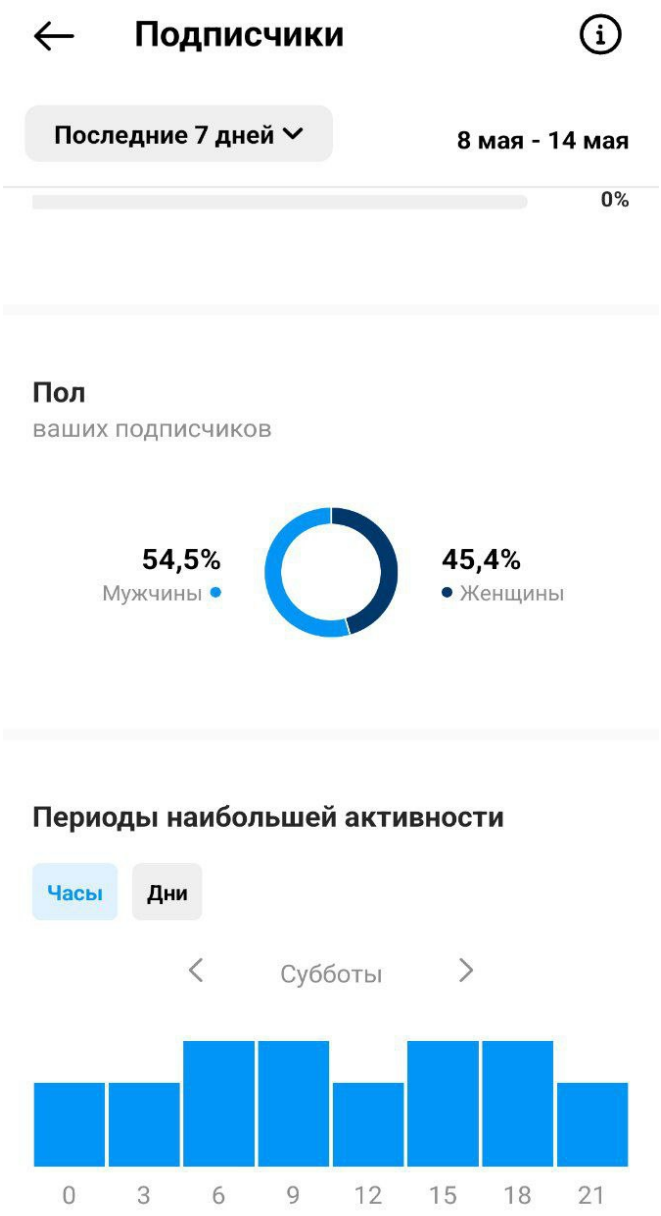
Продовження Додатка Б



Розроблено автором

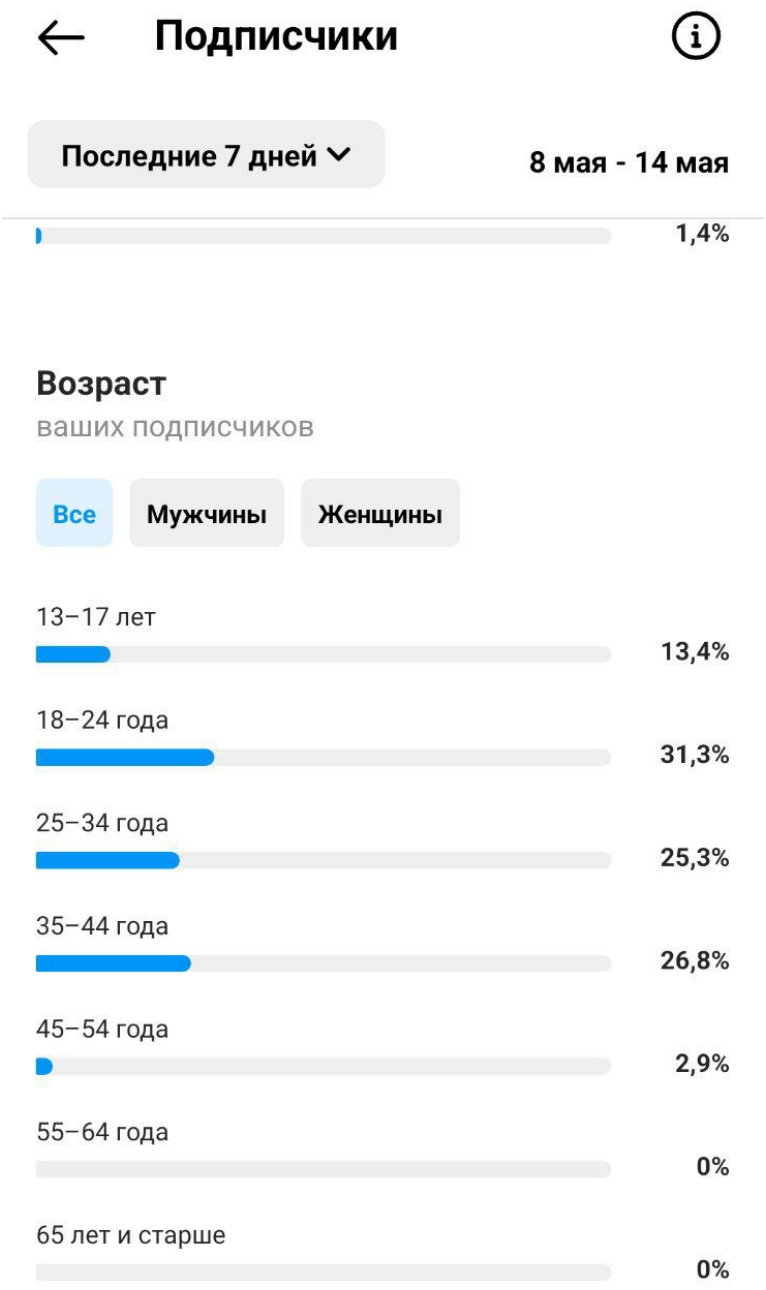
Додаток В

Аналітика Інстаграм-блогу VCEсвіт



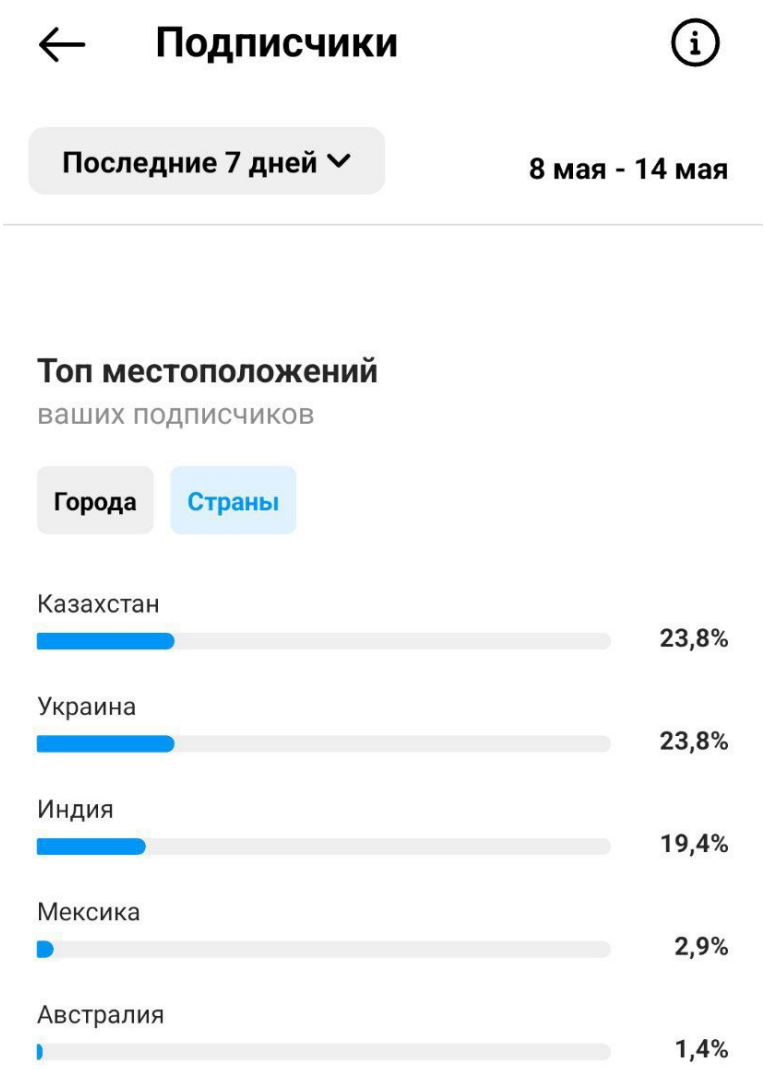
Розроблено автором

Продовження Додатка В



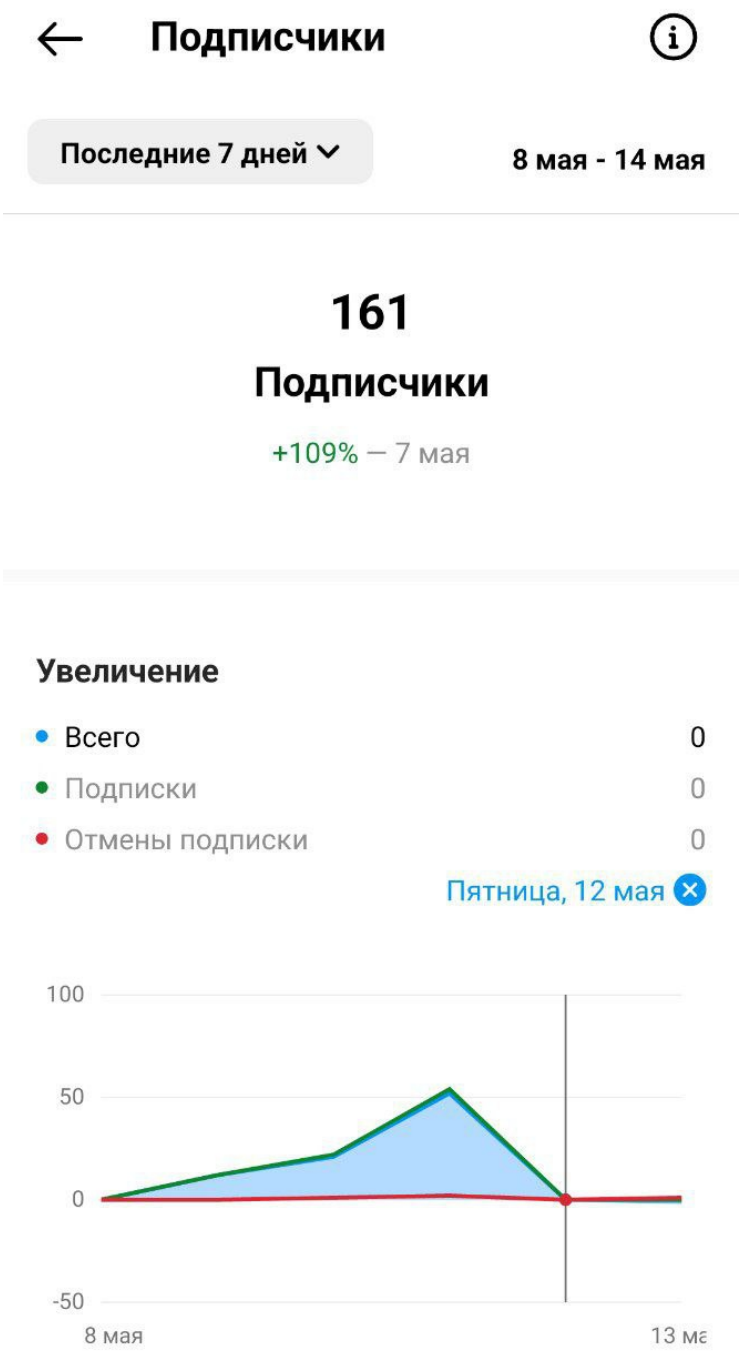
Розроблено автором

Продовження Додатка В



Розроблено автором

Закінчення Додатка В



Розроблено автором