

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ
УКРАЇНИНАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет міжнародних відносин
Кафедра журналістики

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

Васильченко В'ячеслав Миколайович

«__» _____ 2023 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»
СТВОРЕННЯ ІНСТАГРАМ-БЛОГУ «ДИВОСВІТ ПРИРОДИ УКРАЇНИ»

Виконавець: Фанок Марія Вадимівна _____

Науковий керівник: канд. наук із соціальних комунікацій

Кошак Олександр Михайлович _____

Нормоконтролер: канд. пед. наук, доц.

Остапчук Світлана Сергіївна _____

Київ – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ОСНОВИ ІНСТАГРАМ-БЛОГІНГУ ЯК СУЧАСНОГО ВИДУ ЖУРНАЛІСТИКИ.....	6
1.1 Історія розвитку мережі «Інстаграм».....	6
1.2 Різновиди та функції інстаграм-блогів.....	10
1.3 Специфіка та сучасний стан інстаграм-блогів про природу.....	15
Висновки до розділу 1.....	19
РОЗДІЛ 2 СТВОРЕННЯ ІНСТАГРАМ-БЛОГУ «ДИВОСВІТ ПРИРОДИ УКРАЇНИ».....	22
2.1 Концепція інстаграм блогу «Дивосвіт природи України».....	22
2.2 Технічні характеристики ті інструментарій інстаграм-блогу.....	27
2.3 Просування блогу в мережі інстаграм.....	30
Висновки до розділу 2.....	36
ВИСНОВКИ.....	39
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	43
ДОДАТКИ.....	46

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Створення інстаграм-блогу «Дивосвіт природи України» є дуже актуальною темою в наш час. Зараз все більше людей звертають увагу на охорону довкілля та природи, і стають активнішими в питаннях екології та збереження природи. Віртуальний простір, зокрема інстаграм, дозволяє легко та швидко поширювати ідеї та інформацію про екологію та збереження природи. Інстаграм-блог з фокусом на природі України може стати ефективним засобом популяризації національних парків, заповідників та інших захищених природних територій, а також допомогти у формуванні свідомого відношення до природи серед широкої аудиторії. Крім того, інстаграм-блог може стати платформою для обміну досвідом та інформацією між екологами, фахівцями у галузі природоохоронної діяльності та просто природолюбамі. Створення інстаграм-блогу «Дивосвіт природи України» є дуже актуальною та потрібною ідеєю у наш час.

Розвиток блогінгу, його роль та функції вивчали: Лазарева Л., Михайлова О., Плещенко К., Чекмишев О., Ярошенко Л. та інші [5, 7, 12].

Метою дослідження є створення інстаграм-блогу «Дивосвіт природи України», який буде присвячений вивченню, популяризації та збереженню унікальної природи України.

Для досягнення цієї мети необхідно вирішити такі завдання:

1. Дослідити історію розвитку мережі «Інстаграм».
2. Схарактеризувати різновиди та функції інстаграм-блогів.
3. Проаналізувати специфіку інстаграм-блогів про природу.
4. Створити інстаграм-блог «Дивосвіт природи України».

Результатом дослідження буде створення успішного інстаграм-блогу, який буде популяризувати красу та унікальність природи України, а також стимулювати інтерес до її збереження.

Об'єктом дослідження є інстаграм-блоги природничої тематики в системі соціальних мереж.

Предметом дослідження є створення та розвитку інстаграм-блогу «Дивосвіт природи України».

Методи дослідження. Для досягнення мети дослідження та вивчення предмету роботи, будуть використані такі методи дослідження:

Аналітичний метод – для аналізу існуючих інстаграм-блогів з природничою тематикою та їх характеристик, визначення переваг та недоліків, виявлення потенційних можливостей для успішного створення та розвитку блогу.

Експертний метод – для залучення експертів з природничої галузі, які нададуть рекомендації з вибору тематики, створення контенту та його розміщення, а також з продвиження та просування інстаграм-блогу.

Статистичний метод – для аналізу статистичних даних з профілю інстаграм-блогу та аналізу поведінки аудиторії, що допоможе зрозуміти потреби та інтереси цільової аудиторії.

Емпіричний метод – для збору та аналізу первинних даних з відгуків аудиторії та аналізу її реакції на контент блогу.

Комплексний аналіз – для оцінки ефективності проекту та визначення його впливу на інтерес до природних багатств України серед широкої аудиторії.

Застосування цих методів дослідження дозволить зібрати та проаналізувати достатньо даних для успішного створення та розвитку інстаграм-блогу з природничою тематикою, а також визначити його вплив на інтерес до природних багатств України.

Науковою новизною одержаних результатів є розробка ефективної стратегії створення та розвитку інстаграм-блогу з природничою тематикою, який присвячений українській природі та її багатствам. Для досягнення цієї мети, були вивчені та аналізовані найкращі практики зі створення та розвитку інстаграм-блогів, що зосереджені на природничій тематиці. Крім того, отримані результати дають можливість зрозуміти потреби та інтереси цільової аудиторії,

зібрати та проаналізувати статистичні дані з профілю блогу, а також зрозуміти, які типи контенту найбільше сприймаються аудиторією. Отримані результати також дозволять визначити ефективні методи просування та реклами блогу на інтернет-платформах та соціальних мережах, що є важливими аспектами у створенні та розвитку інтернет-проектів.

У цілому, наукова новизна дослідження полягає в тому, що вперше розроблено та досліджено стратегію створення та розвитку інстаграм-блогу з природничою тематикою, що присвячений українській природі та її багатствам, що дає можливість збільшити інтерес до природних красот України та популяризувати їх серед широкої аудиторії.

Практичне значення одержаних результатів. Одержані результати дослідження мають велике практичне значення для розвитку інтернет-проектів, що присвячені природі та екології. Перш за все, розроблена стратегія створення та розвитку інстаграм-блогу може бути використана як основа для розробки інших проектів з подібною тематикою. Практичне значення одержаних результатів полягає в можливості реалізації успішних проектів з природничою тематикою, популяризації природних красот України, збільшенні інтересу до екології та створенні нових можливостей для бізнесу.

Апробація результатів дослідження. Зміст і результати дослідження висвітлювалися на Науково-практичній конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених «Політ. Сучасні проблеми науки – 2023»

Публікації. Фанок М. ЗМІ – якісно новий потенціал екологічної пропаганди. *ПОЛІТ. Сучасні проблеми науки: матеріали міжнар.науково-практ.конф.*, м.Київ, 5-7 квіт. 2023 р. С. 285-286

Структура й обсяг дипломної роботи. Дипломна робота складається зі вступу, 2 розділів (6 підрозділів), висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (30 джерел) і додатків. Загальний обсяг роботи становить 52 сторінки, основний текст викладено на 40 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ОСНОВИ ІНСТАГРАМ-БЛОГІНГУ ЯК СУЧАСНОГО ВИДУ ЖУРНАЛІСТИКИ

1.1 Історія розвитку мережі «Інстаграм»

Історія мережі «Інстаграм» починається у 2010 році, коли Кевін Сістрем та Майк Крігер, які раніше працювали в інтернет-стартапах, запустили цю мережу. У перший день свого запуску, 6 жовтня 2010 року, мережа зареєструвала більше 25 тисяч користувачів. Перші версії мережі були доступні тільки для користувачів iPhone, які могли ділитися своїми фотографіями з друзями та використовувати фільтри, щоб змінювати їхній вигляд. У листопаді 2010 року «Інстаграм» вийшов на платформу Android, що дозволило залучити значно більше користувачів [1, с.62].

У 2012 році Facebook оголосив про купівлю «Інстаграму» за 1 мільярд доларів. У той час «Інстаграм» мав більше 30 мільйонів користувачів, і його загальна вартість становила 500 мільйонів доларів. Протягом наступних років мережа продовжувала розвиватися, додавши нові функції, такі як відео та історії, що дозволяють користувачам ділитися своїми моментами життя в режимі реального часу. В 2018 році мережа оголосила про досягнення позначки в 1 мільярд активних користувачів щомісячно.

Зараз «Інстаграм» є однією з найпопулярніших мереж соціальних мереж в світі, з мільярдами активних користувачів, які діляться своїми фотографіями, відео та історіями щодня. Мережа стала не тільки платформою для звичайних користувачів, але й місцем для реклами та розвитку бізнесу.

Інстаграм є мережею, що базується на веб-серверній архітектурі, що дає змогу користувачам спільно використовувати фотографії та відео через мобільні пристрої. Пристрої, що працюють під управлінням операційної

системи Android або iOS, можуть встановлювати додаток "Інстаграм" з магазину додатків Google Play або App Store [1, с.53].

Мережа Інстаграм має клієнт-серверну архітектуру, де клієнти це мобільні пристрої з встановленим додатком Інстаграм, а сервер є централізованим зберігальним простором даних. Клієнти взаємодіють з сервером, щоб зберігати свої фотографії та відео, переглядати та коментувати фотографії та відео інших користувачів, створювати і переглядати сторіс.

Інстаграм також використовує різні системи для кешування контенту та оптимізації завантаження. Наприклад, вони використовують CDN (Content Delivery Network) для збільшення швидкості завантаження фотографій та відео, що зменшує час завантаження та покращує користувацький досвід [4, с.134].

Щодо безпеки, Інстаграм має ряд заходів для захисту від зловживань та порушень. Наприклад, вони мають систему автоматичного виявлення спаму та недопустимого контенту, а також можливість повідомляти про неправильне використання акаунту або порушення авторських прав. Крім того, Інстаграм використовує шифрування для захисту даних користувачів, щоб запобігти несанкціонованому доступу до особистої інформації.

Мережа «Інстаграм» має значну роль у сучасному світі, особливо в соціальному житті людей. Це популярний інструмент для спілкування, обміну фотографіями та відео, взаємодії зі світом.

Інстаграм є однією з найпопулярніших соціальних мереж у світі, з більш ніж мільярдом активних користувачів. Вона використовується для спілкування з друзями та родиною, знайомства з новими людьми, підтримки особистих та професійних відносин.

Мережа стала надійним джерелом інформації для користувачів, що шукають новини, інформацію про продукти та послуги, рекламування товарів та послуг. Інстаграм став платформою для брендів та компаній, щоб залучати нових клієнтів та збільшувати продажі.

Крім того, Інстаграм має важливу роль у культурному та мистецькому житті, оскільки вона дозволяє людям з різних куточків світу поділитися своїми

творами та знайти нових прихильників. Багато художників, фотографів та інших творчих людей використовують Інстаграм як засіб для популяризації своєї творчості та залучення нових можливостей.

Таким чином, мережа «Інстаграм» має велике значення як для особистих, так і для професійних потреб користувачів, що робить її незамінною частиною сучасного світу.

Мережа «Інстаграм» є однією з найбільш ефективних платформ для популяризації брендів у сучасному світі. Особливість цієї мережі полягає у тому, що вона спрямована на візуальний контент, тому вона особливо підходить для брендів, що мають чітко виражену візуальну ідентичність.

Основні особливості популяризації брендів у мережі «Інстаграм» представлені на рис 1.1:



Рис. 1.1. Основні особливості популяризації брендів у мережі «Інстаграм»

Джерело: розроблено автором

Як видно з рис 1.1. до основних особливостей популяризації брендів у мережі «Інстаграм» належать:

- Контент-маркетинг: бренди використовують різноманітний візуальний контент, щоб зацікавити свою аудиторію. Це можуть бути як фотографії продуктів, так і фотографії, що ілюструють стиль життя, який пов'язаний з цими продуктами.

- Спонсорвані пости: це форма реклами, коли бренд платить за розміщення свого посту в інших блогах.

- Хештеги: бренди використовують хештеги, щоб залучити більше аудиторії до свого контенту.

- Instagram Stories: це короткі відео або фото-історії, які з'являються вгорі екрану в мережі «Інстаграм». Бренди використовують цю функцію для того, щоб привернути увагу аудиторії до своїх продуктів або послуг.

- Instagram Live: це функція, що дозволяє користувачам транслювати відео в прямому ефірі. Бренди використовують цю функцію для того, щоб взаємодіяти зі своєю аудиторією та ділитися цікавим контентом.

Узагальнюючи, мережа «Інстаграм» є потужним інструментом для популяризації брендів, який дозволяє привернути увагу аудиторії до продуктів та послуг, а також створити ефективну комунікацію між брендом і споживачем. Для успішної популяризації бренду у мережі «Інстаграм» необхідно створювати цікавий та привабливий контент, використовувати хештеги, взаємодіяти зі своєю аудиторією та підтримувати активність на сторінці [5, с.156].

Однією з ключових особливостей популяризації бренду у мережі «Інстаграм» є використання впливових осіб (інфлюенсерів), які мають велику кількість підписників і можуть забезпечити ефективну рекламу продукту або послуги. Крім того, важливим елементом є співпраця з брендами, які мають схожу аудиторію та можуть забезпечити взаємне просування.

У сучасному світі, коли соціальні мережі стали невід'ємною частиною нашого життя, мережа «Інстаграм» стала однією з найпопулярніших платформ для реклами брендів. Вона надає можливості не тільки для залучення нових

клієнтів, але й для збільшення лояльності вже існуючих, що сприяє розвитку бізнесу та підвищенню його ефективності.

Отже, мережа «Інстаграм» є дуже важливим соціальним інструментом для спілкування та популяризації брендів, який пройшов значний шлях від свого створення до сьогодні. Його успіх в значній мірі залежить від уміння користувачів ефективно використовувати його можливості та від якості контенту, який розміщується в мережі. У дослідженні історії розвитку мережі «Інстаграм» було проаналізовано ключові етапи її становлення, від стартапу до успішної соціальної мережі з мільярдною аудиторією. Окремо було розглянуто особливості функціонування та архітектури мережі, а також її роль у сучасному світі.

Мережа «Інстаграм» має великий потенціал для популяризації брендів та продуктів, оскільки дозволяє залучати увагу великої аудиторії за допомогою якісного та привабливого контенту. При цьому успіх залежить від вміння ефективно використовувати можливості мережі, звернення уваги на тренди та зміни в поведінці користувачів. Мережа «Інстаграм» є важливим соціальним інструментом, який може стати відмінним ресурсом для популяризації брендів та просування продуктів на ринку. Необхідно враховувати особливості функціонування мережі та залучати якісний контент для привернення уваги аудиторії та досягнення успіху.

1.2 Різновиди та функції інстаграм-блогів

Інстаграм-блоги є популярним засобом комунікації з аудиторією в соціальній мережі Instagram. Вони мають свої особливості, які варто враховувати при їх створенні та веденні. Однією з основних особливостей є візуальний характер контенту, що публікується. Інстаграм-блоги мають сильну спрямованість на фото та відео, що дозволяє зробити їх більш привабливими для аудиторії та більш ефективними для брендів.

Іншою важливою особливістю є можливість використання хештегів, що дозволяє зробити контент інстаграм-блогів більш доступним для користувачів

та збільшити їхню кількість. Крім того, інстаграм-блоги мають свою аудиторію, яка може бути різною за віком, інтересами та мовою спілкування. Тому важливо розуміти свою цільову аудиторію та створювати контент, що буде цікавим саме для неї.

Інстаграм-блоги також мають можливість співпраці з брендами, що може приносити дохід власникам блогу та допомагати брендам залучати нових клієнтів. Тобто, інстаграм-блоги є ефективним інструментом для взаємодії з аудиторією та просування брендів в соціальній мережі Instagram. Їхні особливості потрібно враховувати при створенні та веденні. Інстаграм-блоги мають різноманітні функції, залежно від того, для яких цілей їх створюють. Основні функції інстаграм-блогів можуть бути наступними [7, с.136; 8, с.901].:

- Інформаційна функція: інстаграм-блог може стати джерелом корисної та актуальної інформації для своїх підписників. Наприклад, інстаграм-блог про красу може ділитися порадами та рекомендаціями щодо догляду за шкірою або волоссям.

- Розважальна функція: інстаграм-блог може бути розважальним та цікавим для своїх підписників. Наприклад, інстаграм-блог про подорожі може ділитися красивими фотографіями зі своїх мандрівок та цікавими історіями про культуру та традиції інших країн.

- Продажова функція: інстаграм-блог може бути ефективним інструментом для продажу товарів або послуг. Блогери можуть демонструвати продукти або послуги на своїх сторінках, а також залучати до співпраці з брендами.

- Комунікативна функція: інстаграм-блог може бути місцем комунікації та взаємодії з аудиторією. Блогери можуть взаємодіяти зі своїми підписниками через коментарі, особисті повідомлення та інші засоби спілкування.

- Впливова функція: інстаграм-блог може мати вплив на думки та поведінку своїх підписників. Блогери можуть стати лідерами думок та впливовими особистостями у своїй ніші, а їх рекомендації можуть мати значний вплив на рішення підписників.

Тобто, інстаграм-блоги можуть мати різноманітні функції, від звичайного дозвілля та розваг до реклами та продажу продуктів. Їхні можливості безмежні, тому що залежать від творчості та підходу авторів. Однією з найважливіших функцій інстаграм-блогів є збільшення своєї аудиторії та підвищення її зацікавленості. Це можна зробити завдяки публікації якісного та цікавого контенту, взаємодії зі своїми читачами та використанню спеціальних хештегів та тегів, що зробить ваш контент доступним більшій аудиторії [9, с.62].

Іншою важливою функцією є реклама. Інстаграм-блогери можуть отримувати запропоновані платежі за публікацію рекламних постів в своїх блогах. Це може бути не тільки продуктова реклама, але й спонсорські пости та розміщення інформації про різноманітні події, акції та розважальні заходи.

Також інстаграм-блоги можуть використовуватися як засіб заробітку. Блогери можуть продавати свої власні продукти, такі як книги, курси, аудіо-та відеоматеріали та інше. Також, їх можна використовувати як майданчик для продажу продуктів, що пов'язані з тематикою блогу, або для просування власного бізнесу.

Тобто, інстаграм-блоги можуть мати різноманітні функції, що залежать від мети та задач блогера. Важливо знати, що будь-який блог може бути успішним, якщо він має якісний та цікавий контент, відповідну стратегію розвитку та ефективний підхід до взаємодії з аудиторією.

Наприклад, інстаграм-блог про подорожі може мати функції інформування, навчання та надання рекомендацій щодо місць для відвідування. Блог про красу може мати функцію продажу продуктів, підвищення лояльності та збільшення свідомості про бренд. Блог, присвячений спорту, може мати функцію надання порад щодо тренувань та здорового способу життя.

Крім того, інстаграм-блог може мати такі функції, як збільшення кількості підписників, взаємодія з аудиторією, збільшення залучення трафіку та залучення нових клієнтів. Важливо, щоб функції були визначені на початковому етапі створення блогу, щоб мати чітку стратегію розвитку та план дій для досягнення поставлених цілей.

Інстаграм-блоги можуть бути різноманітні за своєю тематикою, типом контенту та метою створення. Розглянемо основні різновиди інстаграм-блогів [10, с.129; 11, с.347].:

- Особисті: це блоги, в яких автор ділиться своїм життям, ідеями, думками, фотографіями тощо. Цей тип блогів є дуже популярним, оскільки дозволяє створювати особисту марку та підвищувати власну популярність.

- Тематичні: це блоги, присвячені конкретній тематиці, наприклад, красі, моді, спорту, подорожах, їжі тощо. Вони дозволяють створити спільноту людей, які зацікавлені в одній темі, і підтримувати зв'язок з ними.

- Бізнес-блоги: це блоги, створені компаніями та брендами з метою просування своїх товарів і послуг. Вони можуть використовуватися як інструмент маркетингу, реклами та залучення цільової аудиторії.

- Фото-блоги: це блоги, які зосереджені на фотографіях. Вони можуть містити фото-репортажі, портрети, пейзажі, фото з подорожей тощо.

- Відео-блоги: це блоги, де вміст створюється у відеоформаті. Це можуть бути відеоблоги, уроки, огляди продуктів, інтерв'ю тощо.

- Мікро-блоги: це блоги, в яких контент представляється у вигляді коротких повідомлень, які зазвичай не перевищують декількох рядків тексту. Найпопулярнішим мікро-блогом є Twitter, але і в Instagram з'явилися аналогічні функції.

- Коллаборативні блоги: можуть бути зорієнтовані на певну тематику, як наприклад мода, краса, подорожі тощо, або бути загальними та охоплювати різноманітні теми. Автори таких блогів можуть поєднувати свої знання та творчість, взаємодіяти між собою та доповнювати один одного.

Коллаборативні блоги можуть мати більш широку аудиторію та отримувати більше підписників, оскільки автори таких блогів можуть ділитися своїми підписниками та взаємодіяти з ними. Крім того, співпраця декількох авторів може забезпечити різноманітність контенту та більш якісний продукт.

Слід зауважити, що Інстаграм-блогер – це особа, яка створює та підтримує інстаграм-акаунт з метою публікації свого вміння, хобі, стилю життя,

креативу або просто цікавих фото та відео. Профіль інстаграм-блогера складається з декількох складових елементів, які взаємодіють між собою:

- Ім'я користувача: це є унікальним іменем, яке обирає користувач під час реєстрації в мережі Інстаграм. Ім'я користувача може бути змінене в будь-який момент.

- Аватар: це фото або зображення, яке використовується для представлення користувача в соціальній мережі.

- Біографія: це короткий опис про себе, свої інтереси та мету використання мережі Інстаграм.

- Пости: це фото або відео, які були опубліковані користувачем на його профілі.

- Сторіс: це фото або відео, яке з'являється у верхній частині екрану профілю користувача та автоматично зникає через 24 години після публікації.

Репутація інстаграм-блогера грає важливу роль у його успішності та популярності. Багато аспектів впливають на репутацію інстаграм-блогера, такі як якість контенту, кількість підписників, взаємодія з аудиторією та брендами, рівень впливу та довіреність. Інстаграм-блогер, який має високу репутацію, здатен залучати увагу до своїх публікацій та співпрацювати з брендами для реклами своїх продуктів та послуг.

Отже, інстаграм-блоги є важливим соціальним інструментом для спілкування та популяризації різноманітного контенту серед широкої аудиторії. Різноманітність їх типів та функцій дає можливість кожному користувачеві знайти блог, який відповідає його інтересам та потребам. Блогери можуть використовувати свої блоги для власної самореалізації, а також для отримання прибутку від співпраці з брендами та рекламодавцями.

При створенні інстаграм-блога важливо розуміти його функції та мету, а також визначити свою аудиторію та створити відповідний контент. Найбільш успішні блогери мають високу якість контенту, підтримують активну взаємодію зі своєю аудиторією та дотримуються певних правил професійної етики. Репутація блогера є важливим фактором для його успіху, тому важливо

підтримувати довіру своєї аудиторії та уникати контенту, який може негативно вплинути на імідж блогера. Також важливо бути свідомим про потенційну відповідальність перед аудиторією за рекламний контент, який розміщується в блозі. У підсумку, інстаграм-блоги є важливим елементом сучасного соціального середовища, який має великий вплив на сприйняття та популяризацію різноманітного контенту відповідно до інтересів та потреб широкої аудиторії. Відповідальне ставлення до створення контенту та підтримки взаємодії з аудиторією є ключовим для успішної роботи блогера в цій сфері.

1.3 Специфіка та сучасний стан інстаграм-блогів про природу

Інстаграм-блоги про природу є популярним інструментом для популяризації та візуалізації природи, що дозволяє широкому загалу бачити та дізнаватися про різноманітні куточки світу, природні явища, тварин та рослинний світ. Особливість цих блогів полягає в тому, що вони використовують відмінні візуальні ефекти для привернення уваги до проблем екології та природних ресурсів, а також залучають аудиторію до активної участі у різноманітних екологічних ініціативах.

Інстаграм-блогери, які зосереджені на природі, використовують фото- та відеоматеріали, щоб розповісти історії про те, як живе природа, про унікальність різних куточків світу, про те, як ми можемо зберегти її та як вона впливає на наше здоров'я та наше життя в цілому. Їх контент зазвичай містить яскраві фотографії з різних куточків світу, відео про різноманітні природні явища та знайомство з тваринами та рослинами [14, с.236].

Оскільки інстаграм-блоги про природу мають суттєву екологічну складову, багато з них прагнуть залучити аудиторію до активної участі в екологічних проектах та ініціативах. Це можуть бути проекти зі збереження біорізноманіття, зменшення відходів, підтримки відновлюваної енергетики та збереження природних ресурсів. Такі блоги допомагають поширювати

усвідомлення про необхідність збереження природи та викликати на дії, які допомагають зберегти природу та навколишнє середовище.

Однією з особливостей інстаграм-блогів про природу є велика кількість візуального контенту, так як зображення та відео гарно передають природу та її красу. Блогери можуть використовувати як власні фотографії та відео, так і зображення та відео, отримані від інших користувачів, які використовують хештеги, пов'язані з природою. Також важливою особливістю є активна взаємодія з аудиторією. Багато блогерів про природу співпрацюють зі своїми фоловерами, показуючи їх роботу та досягнення в галузі екології та природоохоронної діяльності. Блогери можуть також запрошувати свою аудиторію до дій, які допоможуть зберегти природу, наприклад, прибрати сміття з пляжу або посадити дерево.

Крім того, інстаграм-блоги про природу можуть мати значний вплив на громадську думку та вирішення екологічних проблем. Багато з них присвячені конкретним проблемам, наприклад, забрудненню водойм або вирубці лісів, та намагаються привернути увагу громадськості до цих питань та вплинути на владні структури. Слід зазначити, що інстаграм-блоги про природу мають свої особливості, які відрізняють їх від інших типів блогів. Вони можуть допомагати поширювати усвідомлення про необхідність збереження природи, привертати увагу до екологічних проблем та навіть впливати на вирішення цих проблем. Крім того, вони мають свої особливості в контенті та стилістиці [14, с.238; 15, с.205].

У контенті таких блогів часто зустрічаються фотографії природних ландшафтів, тварин, птахів та рослин, а також корисна інформація про екологічні проблеми та проекти. Зазвичай це дуже яскраві та естетичні фотографії, що мають ефект відпочинку та релаксації на глядачів.

Стилістика таких блогів зазвичай відповідає їхній тематиці - природі. Вони часто використовують природні кольори, елементи природи та структурування, що нагадують про природу. Крім того, вони зазвичай використовують хештеги, які використовуються в соціальних мережах й

полегшують користувачам пошук й відповідають їхній тематиці, такі як ті, що представлені на рис 1.2.



Рис.1.2 Хештеги про природу

Джерело: розроблено автором

Тобто, інстаграм-блоги про природу мають свої особливості та важливість у сучасному світі, де екологічні проблеми стають все більш актуальними. Вони допомагають підвищувати усвідомлення про необхідність збереження природи та викликають увагу до екологічних проблем, що сприяє їх вирішенню.

Сучасний стан інстаграм-блогів про природу визначається великою популярністю цієї тематики серед користувачів Instagram. Багато людей зацікавлені в екології та збереженні природних ресурсів, тому інстаграм-блоги про природу є дуже актуальними.

У світі існує велика кількість інстаграм-блогів про природу, що залучають широку аудиторію. Багато з них зосереджені на популяризації туризму та подорожей, а також на екологічних питаннях, пов'язаних зі збереженням природи. Більшість блогерів, які займаються цією тематикою, намагаються надати корисну інформацію про екологічні питання та сприяти розвитку усвідомлення про необхідність збереження природи [16, с.44].

Крім того, інстаграм-блоги про природу є важливим інструментом для залучення уваги до екологічних проблем та популяризації різноманітних проектів зі збереження природи. Це можуть бути проекти зі збереження

біорізноманіття, зменшення відходів, підтримки відновлюваної енергетики та збереження природних ресурсів. У світі існує велика кількість відомих інстаграм-блогерів, які займаються популяризацією природних крас та екологічних питань. Багато з них є відомими експертами з питань екології та збереження природи, які залучають увагу широкої аудиторії до важливих екологічних питань [26.,27].

Тобто, сучасний стан інстаграм-блогів про природу характеризується зростанням популярності таких блогів та збільшенням їхньої впливовості. Багато блогерів, що працюють з цією темою, зосереджуються на важливості збереження природи та екологічних питаннях. Вони намагаються навчити своїх читачів бути більш екологічно свідомими та допомагати зберігати навколишнє середовище. Також можна зазначити, що інстаграм-блоги про природу збільшують свідомість про екологічні проблеми та стають важливим інструментом в боротьбі зі знищенням природи.

Вони можуть сприяти формуванню громадської думки та стимулювати розвиток екологічних ініціатив. Однак, з іншого боку, деякі інстаграм-блогери про природу можуть піддаватися тенденції до комерціалізації та позиціонування себе як "еко-бренди", забуваючи про головну мету своєї діяльності - сприяти збереженню природи та просвітленню громадськості про екологічні питання.

У загальному, інстаграм-блоги про природу мають великий потенціал для формування громадської свідомості та боротьби з екологічними проблемами. Однак, їх ефективність залежить від здатності блогерів до залучення аудиторії та впровадження реальних екологічних ініціатив.

Отже, інстаграм-блоги про природу мають значну популярність серед користувачів соціальних мереж, зокрема серед молоді. Багато з них прагнуть залучити аудиторію до активної участі в екологічних проектах та ініціативах, таких як збереження біорізноманіття, зменшення відходів, підтримка відновлюваної енергетики та збереження природних ресурсів.

Сучасний стан інстаграм-блогів про природу характеризується широкою розмаїтістю контенту, який може бути представлений в різних форматах, таких як фото, відео, сторіз, Reels, IGTV, а також використанням різних фільтрів та хештегів. Більшість блогів має тематичну спрямованість, таку як фотографія пейзажів, дика природа, екотуризм, здоровий спосіб життя та інші.

Окрім того, дослідження показало, що успішність інстаграм-блогів про природу визначається якістю та цікавістю контенту, а також спілкуванням з аудиторією та її залученістю до взаємодії. Для підтримання успішної репутації інстаграм-блогерів про природу важливо бути експертом у своїй тематиці та надавати актуальну та цікаву інформацію. Крім того, важливо підтримувати активну взаємодію з аудиторією, відповідати на запитання та коментарі, організовувати конкурси та інші заходи для залучення уваги до своїх проєктів та ініціатив.

Дослідження також показало, що важливо мати власний стиль та візуальну концепцію, які допомагають відрізнитися від інших блогів та створюють унікальну марку. Крім того, успішність інстаграм-блогів про природу також залежить від співпраці з іншими брендами та блогерами, яка допомагає залучати нову аудиторію та розширювати свій діапазон впливу.

Загалом, дослідження показало, що інстаграм-блоги про природу мають значний вплив на свідомість людей щодо екологічних проблем та потребу у збереженні природних ресурсів.

Вони є важливим інструментом для залучення громадської уваги до екологічних проєктів та ініціатив, а також для поширення позитивного інформаційного впливу на суспільство.

Висновки до розділу 1

Отже, мережа «Інстаграм» є дуже важливим соціальним інструментом для спілкування та популяризації брендів, який пройшов значний шлях від свого створення до сьогодні. Його успіх в значній мірі залежить від уміння користувачів ефективно використовувати його можливості та від якості

контенту, який розміщується в мережі. У дослідженні історії розвитку мережі «Інстаграм» було проаналізовано ключові етапи її становлення, від старту до успішної соціальної мережі з мільярдною аудиторією. Окремо було розглянуто особливості функціонування та архітектури мережі, а також її роль у сучасному світі. Мережа «Інстаграм» має великий потенціал для популяризації брендів та продуктів, оскільки дозволяє залучати увагу великої аудиторії за допомогою якісного та привабливого контенту. При цьому успіх залежить від вміння ефективно використовувати можливості мережі, звернення уваги на тренди та зміни в поведінці користувачів. Мережа «Інстаграм» є важливим соціальним інструментом, який може стати відмінним ресурсом для популяризації брендів та просування продуктів на ринку. Необхідно враховувати особливості функціонування мережі та залучати якісний контент для привернення уваги аудиторії та досягнення успіху. Інстаграм-блоги є важливим соціальним інструментом для спілкування та популяризації різноманітного контенту серед широкої аудиторії. Різноманітність їх типів та функцій дає можливість кожному користувачеві знайти блог, який відповідає його інтересам та потребам. Блогери можуть використовувати свої блоги для власної самореалізації, а також для отримання прибутку від співпраці з брендами та рекламодавцями.

При створенні інстаграм-блога важливо розуміти його функції та мету, а також визначити свою аудиторію та створити відповідний контент. Найбільш успішні блогери мають високу якість контенту, підтримують активну взаємодію зі своєю аудиторією та дотримуються певних правил професійної етики. Репутація блогера є важливим фактором для його успіху, тому важливо підтримувати довіру своєї аудиторії та уникати контенту, який може негативно вплинути на імідж блогера. Також важливо бути свідомим про потенційну відповідальність перед аудиторією за рекламний контент, який розміщується в блозі.

Інстаграм-блоги про природу мають значну популярність серед користувачів соціальних мереж, зокрема серед молоді. Багато з них прагнуть залучити аудиторію до активної участі в екологічних проектах та ініціативах,

таких як збереження біорізноманіття, зменшення відходів, підтримка відновлюваної енергетики та збереження природних ресурсів. Сучасний стан інстаграм-блогів про природу характеризується широкою розмаїтістю контенту, який може бути представлений в різних форматах, таких як фото, відео, сторіз, Reels, IGTV, а також використанням різних фільтрів та хештегів. Більшість блогів має тематичну спрямованість, таку як фотографія пейзажів, дика природа, екотуризм, здоровий спосіб життя та інші.

Окрім того, дослідження показало, що успішність інстаграм-блогів про природу визначається якістю та цікавістю контенту, а також спілкуванням з аудиторією та її залученістю до взаємодії. Для підтримання успішної репутації інстаграм-блогерів про природу важливо бути експертом у своїй тематиці та надавати актуальну та цікаву інформацію. Крім того, важливо підтримувати активну взаємодію з аудиторією, відповідати на запитання та коментарі, організовувати конкурси та інші заходи для залучення уваги до своїх проєктів та ініціатив. Важливо мати власний стиль та візуальну концепцію, які допомагають відрізнитися від інших блогів та створюють унікальну марку. Крім того, успішність інстаграм-блогів про природу також залежить від співпраці з іншими брендами та блогерами, яка допомагає залучати нову аудиторію та розширювати свій діапазон впливу.

Загалом, дослідження показало, що інстаграм-блоги про природу мають значний вплив на свідомість людей щодо екологічних проблем та потребу у збереженні природних ресурсів. Вони є важливим інструментом для залучення громадської уваги до екологічних проєктів та ініціатив, а також для поширення позитивного інформаційного впливу на суспільство.

РОЗДІЛ 2

СТВОРЕННЯ ІНСТАГРАМ-БЛОГУ «ДИВОСВІТ ПРИРОДИ УКРАЇНИ»

2.1 Концепція інстаграм-блогу «Дивосвіт природи України»

Обрання концепції інстаграм-блогу «Дивосвіт природи України» можна пояснити кількома причинами.

По-перше, Україна є країною з багатою та різноманітною природою, але, на жаль, не завжди це отримує достатньо уваги та популяризації в соціальних мережах. Створення інстаграм-блогу, присвяченого українській природі, може допомогти підвищити інтерес до неї та привернути увагу до необхідності збереження природних багатств країни.

По-друге, на сьогоднішній день інстаграм є однією з найпопулярніших соціальних мереж, що використовується для спілкування та взаємодії між користувачами. Створення інстаграм-блогу про природу України може допомогти залучити увагу більшої аудиторії та створити спільноту людей, які діляться спільною метою - збереження та популяризація української природи.

По-третє, інстаграм-блог може стати інтерактивною платформою для спілкування з аудиторією, де користувачі матимуть можливість обмінюватись інформацією, ділитись своїми фото та враженнями від подорожей по природі України, а також брати участь у різних екологічних ініціативах та проектах.

Тобто, обрання концепції інстаграм-блогу «Дивосвіт природи України» має вагомий мотиваційний та потенціал для створення інтерактивної спільноти людей, які дбають про збереження природних багатств України. Ця концепція передбачає поєднання візуальної складової (фотографії природи України) з інформативною (опис екосистем, знакових природних об'єктів, екологічних проблем та ініціатив). Важливим елементом концепції є підтримка здорового способу життя та екологічної свідомості, що може сприяти формуванню екологічної культури у суспільстві.

Крім того, вибір концепції інстаграм-блогу про природу України є актуальним, оскільки Україна має багату природну спадщину, але не завжди вона відображається відповідним чином у засобах масової інформації. Тому інстаграм-блог може допомогти популяризувати та просувати цю тему серед широкої аудиторії. Тематика інстаграм-блогу «Дивосвіт природи України» пов'язана з природними красами та багатствами України. Основна мета блогу - показати різноманітність природи України, привернути увагу до необхідності її збереження та заохочувати активну участь у захисті довкілля.

Контент блогу буде містити фотографії та відео з різних куточків України, які демонструють її природні краси. Також будуть розміщені статті та інформаційні пости про природні заповідники, національні парки та інші захищені території України, а також про екологічні проблеми та проекти, пов'язані з охороною довкілля [24.,29]. Контент буде оформлений у форматі красивих та яскравих фотографій та відео з використанням хештегів та підписів, які доповнюють та розширюють інформацію про кожну публікацію. Також планується взаємодія з іншими інстаграм-блогерами та екологічними організаціями, щоб забезпечити більш широку розповсюдженість контенту та залучення уваги до екологічних питань та проектів. Хештеги є важливою складовою в успішному інстаграм-блогу, оскільки вони дозволяють користувачам знайти відповідний контент за темою. Вибір правильних хештегів може допомогти залучити нову аудиторію до блогу та збільшити його популярність.

Для інстаграм-блогу «Дивосвіт природи України» можна використовувати наступні хештеги: #природа – описує загальну тематику блогу;

- #Україна – підкреслює національну спрямованість блогу;

- #екологія – вказує на те, що блогер звертає увагу на проблеми довкілля та намагається їх вирішити;

- #природні_пам'ятки – показує, що у блозі розглядаються цікаві місця та пам'ятки природи;

- #ландшафт – описує природний ландшафт України та його красу;

- #флора_та_фауна – вказує на те, що у блозі будуть представлені різні види рослин та тварин, які зустрічаються в Україні;

- #екотуризм – вказує на те, що у блозі можна знайти інформацію про екологічні маршрути та місця, які варто відвідати.

Використання цих хештегів допоможе привернути увагу до блогу та залучити нову аудиторію, яка цікавиться темами природи та екології [29]. Також важливо не перебільшувати кількість хештегів у кожному пості, оскільки це може здатися спамом і зменшити довіру аудиторії до блогу. Розробка стратегії розвитку блогу є важливим етапом у створенні успішного інстаграм-блогу.

На рис 2.1 наведені кроки, які можуть допомогти у розробці стратегії розвитку блогу «Дивосвіт природи України».



Рис. 2.1 Кроки, які можуть допомогти у розробці стратегії розвитку блогу «Дивосвіт природи України»

Джерело: розроблено автором

Як видно з рис 2.1 до кроків, які можуть допомогти у розробці стратегії розвитку блогу «Дивосвіт природи України» відноситься:

- Визначення цілей інстаграм-блогу: перед початком будь-яких дій необхідно визначити, які цілі необхідно досягти за допомогою блогу. Цілі можуть бути різними, наприклад: збільшення кількості підписників, залучення уваги до екологічних проблем, підвищення усвідомлення про природні багатства України тощо.

- Аналіз конкуренції: дослідження діяльності конкурентів може допомогти зрозуміти, які техніки та підходи вони використовують, який контент найбільш популярний та ефективний. Це може допомогти у розробці власної стратегії розвитку.

- Визначення цільової аудиторії: перед створенням контенту необхідно визначити, для кого він призначений. Наприклад, це можуть бути люди, які люблять подорожувати та досліджувати природні куточки України, екологічні активісти, люди, які просто цікавляться природою тощо.

- Розробка плану контенту: після визначення цілей, аудиторії та аналізу конкуренції необхідно розробити план контенту. План може включати такі елементи, як теми постів, формат постів (фото, відео, сторіз), графік публікацій тощо.

- Залучення аудиторії: важливо залучати аудиторію до взаємодії з блогом, наприклад, за допомогою запитань у підписах, запрошень до діалогу та обговорення контенту у коментарях. Також можна проводити конкурси з подарунками від спонсорів, які підтримують екологічну тематику.

Іншим способом залучення аудиторії є співпраця з іншими інстаграм-блогерами, які мають подібну тематику. Це може включати спільні фотосесії, обмін пости на взаємній основі або запрошення на гостювання в іншому блозі[17].

Для розвитку інстаграм-блогу також важливо підтримувати активну присутність в соціальних мережах. Це означає публікацію нового контенту на щоденній основі, розміщення інтерактивних опитувань та іншого контенту у

stories, а також регулярний взаємодії з підписниками у коментарях та приватних повідомленнях. Також важливо підтримувати зв'язок зі спонсорами та партнерами, які можуть підтримувати блог як матеріально, так і заохочувально. Це може включати спільні акції, розміщення реклами та інші форми співпраці. Важливо не забувати про аналітику та відстеження успішності блогу. Для цього можна використовувати спеціальні інструменти для аналізу трафіку та залучення аудиторії, а також регулярно проводити опитування серед підписників для отримання фідбеку та рекомендацій щодо подальшого розвитку блогу [18,с.172].

Для аналізу та оцінки успішності блогу "Дивосвіт природи України" за перший рік існування можна використовувати показники представлені у Додатку А.

Аналіз та оцінка успішності блогу за перший рік існування показали, що блог «Дивосвіт природи України» зміг залучити велику аудиторію і став популярним серед любителів природи. У блозі з'являлися як професійні фото, так і фото від читачів, які долучалися до розвитку блогу. Було створено і запущено конкурси, що сприяли залученню більшої аудиторії. Кожен пост мав хештеги, які відповідали тематиці блогу та сприяли розвитку спільноти. Це свідчить про те, що ідея блогу була цікавою та актуальною для аудиторії. Крім того, блог зміг залучити увагу медіа та отримав згадки в різних джерелах, що також позитивно вплинуло на його популярність та розвиток. Отже, за перший рік існування блогу можна сказати, що він став успішним та популярним серед аудиторії, а також зміг привернути увагу зовнішніх джерел.

Отже, під час розробки концепції інстаграм-блогу «Дивосвіт природи України» були визначені основні складові успішного блогу: тематика, формат контенту, використання хештегів, залучення аудиторії та стратегія розвитку. В результаті було обрано тематику блогу, пов'язану з демонстрацією краси та різноманітності природи України, що дозволяє привернути увагу аудиторії до проблем збереження довкілля та екології. Було розроблено формат контенту, що включає в себе фото та відео матеріали, а також короткі описи та

інформацію про природу України. Також були вибрані хештеги, що допомагають підняти рейтинг блогу та залучити більше аудиторії.

Стратегія розвитку блогу передбачала регулярне оновлення контенту, залучення аудиторії до взаємодії з блогом та співпрацю з іншими блогерами та організаціями, що працюють в галузі екології та збереження довкілля. Після реалізації концепції інстаграм-блогу «Дивосвіт природи України» було проведено аналіз та оцінка успішності за перший рік існування, що підтвердило високу популярність та активність аудиторії. Було виявлено, що успішність блогу визначається якістю та цікавістю контенту, спілкуванням з аудиторією та її залученістю до взаємодії.

2.2 Технічні характеристики та інструментарій інстаграм-блогу

Технічні характеристики інстаграм-блогу включають ряд параметрів, які впливають на функціональність та ефективність блогу. До основних технічних характеристик інстаграм-блогу можна віднести наступні:

- Розмір зображень: на платформі інстаграм використовуються квадратні зображення з розміром 1080 на 1080 пікселів. Однак, можна використовувати і інші формати, такі як вертикальні або горизонтальні зображення.

- Відео-контент: інстаграм дозволяє завантажувати відео з тривалістю від 3 до 60 секунд. Для відео можна використовувати розміри 1080 на 1080 пікселів, але можна використовувати і інші розміри.

- Хештеги: в інстаграм можна використовувати до 30 хештегів на пост. Хештеги можуть допомогти збільшити охоплення контенту.

- Алгоритм розсилки контенту: алгоритм інстаграм забезпечує розсилку контенту на основі ряду факторів, таких як охоплення, залучення, часовість та релевантність контенту.

- Аналітика: інстаграм надає аналітичні звіти для акаунтів-бізнесів, які дозволяють відстежувати статистику взаємодії з аудиторією та ефективність контенту.

- Інтерактивні функції: інстаграм надає ряд інтерактивних функцій, таких як опитування, питання та вікторини, які можуть допомогти залучити аудиторію та стимулювати взаємодію.

- Рекламні можливості: інстаграм дозволяє запускати рекламні кампанії для підтримки просування контенту та залучення нових аудиторій.

Рекламні можливості включають наступне:

- Реклама в історіях (Instagram Stories): це формат повноекранної реклами, яка відображається в історіях користувачів.

- Рекламні пости (Instagram Feed Ads): це спонсорований пост, який з'являється в ленті новин користувачів.

- Реклама в IGTV: це формат реклами, яка відображається на початку або середині відео, розміщеного на IGTV.

- Реклама в Рекомендаціях: це формат реклами, який відображається в розділі "Рекомендовані" на сторінці інстаграм.

- Реклама в Direct: це формат реклами, який відображається в повідомленнях Direct, або при натисканні на кнопку "Контакт" на сторінці бізнес-аккаунту.

- Партнерські публікації: це формат реклами, який полягає в співпраці з іншим користувачем або брендом, який публікує спонсорований контент на сторінці.

- Рекламні можливості дозволяють просувати контент, залучати нових аудиторій та збільшувати вплив інстаграм-блогу на соціальній мережі. Однак, важливо розробити ефективну рекламну стратегію, яка буде відповідати меті та цілям блогу.

Інструментарій інстаграм-блогу складається з різноманітних функцій та можливостей, що допомагають підтримувати активність та просувати блог. Основні інструменти, які використовуються в інстаграм-блогах:

- Публікації: можливість додавати фотографії та відео на свій профіль, додавати опис, теги, геомітки, хештеги та інші деталі.

- Історії: короткі відео та фото, які доступні на 24 години, можливість додавати різні фільтри, мітки та хештеги.

- IGTV: платформа для довгих відео, які можна дивитись як на мобільних пристроях, так і на комп'ютерах.

- Direct: можливість приватної комунікації з аудиторією та іншими користувачами.

- Рекламні інструменти: можливість запуску рекламних кампаній на платформі.

- Інсайти: статистика профілю, яка дозволяє дізнатися більше про аудиторію, її поведінку та інтереси.

- Коментарі та лайки: можливість взаємодії з аудиторією через коментарі та лайки на публікації.

- Хештеги та геомітки: додаткові інструменти, які дозволяють залучати нову аудиторію та збільшувати охоплення.

- Аналітика: можливість детального аналізу статистики профілю та взаємодії з аудиторією.

Ці інструменти дозволяють не тільки публікувати контент, а й стежити за його ефективністю, залучати нову аудиторію та підтримувати взаємодію зі старими підписниками. Наприклад, інструменти аналізу дозволяють з'ясувати, який контент сприймається найкраще аудиторією, а який - ні, і на цій основі планувати подальші публікації. Інструменти залучення нової аудиторії дозволяють використовувати рекламу для приваблення нових підписників, а інструменти взаємодії з аудиторією дозволяють відповідати на коментарі, питання та запити від підписників. Всі ці інструменти дозволяють підтримувати активну спільноту та зберігати інтерес аудиторії до інстаграм-блогу [25,26].

Отже, технічні характеристики та інструментарій Instagram є дуже важливими для успішного ведення інстаграм-блогу. Завдяки цим інструментам можна стежити за ефективністю контенту, аналізувати поведінку аудиторії, взаємодіяти з нею та підтримувати активність на сторінці. Для ефективного використання цих інструментів важливо мати стратегію контенту та реклами,

встановлювати цілі та аналізувати їх досягнення. Використання всіх можливостей Instagram дозволить не тільки просувати свій бренд, а й залучати нових підписників та збільшувати залучення до блогу.

2.3 Просування блогу в мережі інстаграм

Інстаграм-блог «Дивосвіт природи України» був створений з метою просування природної краси та багатств України, а також популяризації екологічної культури серед широкої аудиторії. У блозі публікуються фото та відео з різних куточків України, де можна побачити вражаючі пейзажі, різноманітні види рослин та тварин, та інші цікаві моменти природи. Крім того, в інстаграм-сторіс також діляться корисними порадами з екології та охорони природи.

Цільовою аудиторією блогу є люди різного віку та соціального статусу, які цікавляться природою та екологією, мають бажання відвідувати найбільш цікаві туристичні місця України та знайомитися з її культурою та історією. Основна аудиторія складається з молоді віком від 18 до 35 років, які активно користуються соціальними мережами та мобільними додатками.

На рис 2.2 представлена орієнтовна доля аудиторії Інстаграм-блогу «Дивосвіт природи України» за віком

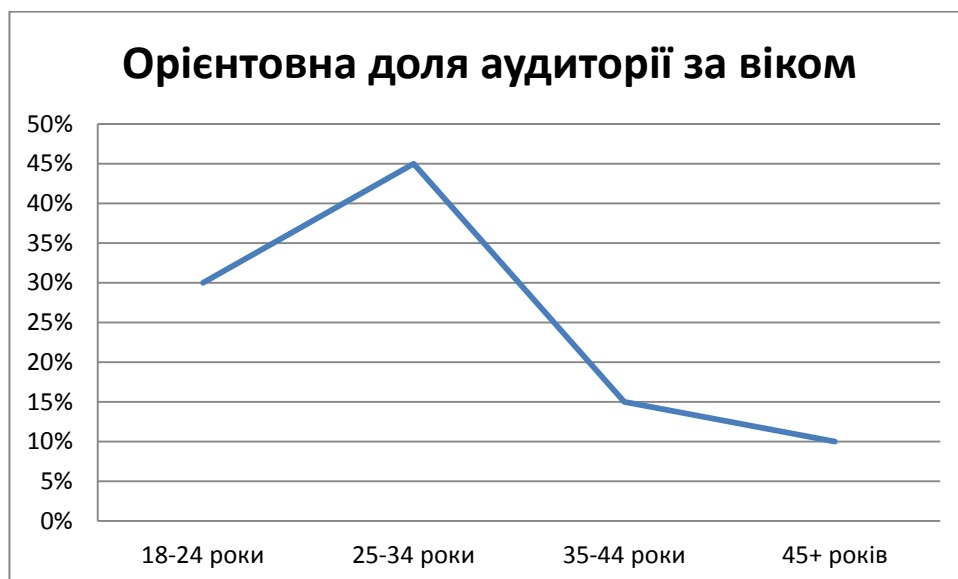


Рис. 2.2 Орієнтовна доля аудиторії Інстаграм-блогу «Дивосвіт природи України» за віком

Також важливою аудиторією є іноземні туристи, які планують відвідати Україну та шукають інформацію про найбільш цікаві місця для відвідування. Після проведення аналізу під час старту блогу було виявлено, що з перших публікацій зміст був цікавий для малої аудиторії, яка складалась переважно з друзів та знайомих автора блогу.

За перший тиждень приріст підписників становив лише 20 осіб, що характеризувало низький рівень збільшення аудиторії блогу. Сторінку Інстаграм-блогу «Дивосвіт природи України» можна переглянути у додатку Б.

Одним із основних причин низької активності було відсутність адекватної стратегії просування. Автор блогу в основному публікував контент для власного задоволення, не приділяючи достатньо уваги формуванню бренду та взаємодії з аудиторією. Крім того, було помічено, що зображення не мали чіткої тематики та стилю, що робило блог менш привабливим для нових підписників.

Для покращення ситуації, було розроблено стратегію просування, яка передбачала регулярну публікацію контенту, використання хештегів, взаємодію з аудиторією та співпрацю з іншими інстаграм-блогерами. Також було розроблено стиль та тематику зображень, щоб блог виглядав більш цілісним та привабливим для нових підписників.

Для успішного просування інстаграм-блогу «Дивосвіт природи України» в мережі Instagram було використано різноманітні інструменти, такі як:

- Поділ на категорії: Було вирішено розділити контент на категорії за місцем зйомки, щоб дати можливість аудиторії дізнатися більше про різні регіони України. Це допомогло залучити більше аудиторії, яка шукає інформацію про конкретний регіон.

Приклад Instagram допису зображений у додатку В.

- Співпраця з іншими блогерами: Було встановлено співпрацю з іншими інстаграм-блогерами, які також публікують контент про природу та подорожі в Україні. Це дозволило привернути нову аудиторію, яка зацікавлена в цій тематиці.

- Контест: Було проведено конкурс на кращу фотографію природи України з використанням хештегу #дивосвітприродиукраїни. Це дозволило залучити увагу до блогу та отримати більше публікацій з цим хештегом, що сприяє зростанню обсягу аудиторії.

- Instagram Stories: Було вирішено використовувати інструмент Instagram Stories для розміщення інформації про нові пости та інші події, що стосуються блогу. Це дозволило підтримувати взаємодію з аудиторією та стимулювати активність її учасників. Приклад Instagram Stories зображений у додатку Г.

- Хештеги: Для кожного поста використовувались хештеги, які стосуються тематики блогу та його цільової аудиторії. Були використані як загальні хештеги про природу: #nature, #landscape, #outdoors), так і специфічні про Україну (#ukraine, #ukrainiannature, #carpathians (дивитися додаток Д).

Ці заходи дали свої результати, і протягом наступних місяців кількість підписників почала зростати значно швидше. Блог отримав більшу увагу від аудиторії, та став відомим серед прихильників екологічної культури та любителів природної краси України.

Якщо говорити про рекламні кампанії в мережі Instagram, то вони є важливим інструментом для просування бізнесу, товарів та послуг, а також для збільшення популярності інстаграм-блогу. Для проведення рекламної кампанії необхідно мати сторінку в Instagram Business, яка надає можливість створювати рекламні оголошення та аналізувати їх ефективність.

Основні типи рекламних кампаній в мережі Instagram:

- Фотооголошення. Це прості зображення з текстом та кнопкою виклику до дії. Для збільшення ефективності рекламних оголошень рекомендується використовувати якісні фото з привабливими образами та гарним світлом.

- Відеооголошення. Це короткі відеоролики з текстом та кнопкою виклику до дії. Відео може допомогти показати продукт або послугу у дії та збільшити інтерес до них (дивитися додаток Г).

- Карусельні оголошення. Це серія зображень, які можна прокручувати, з текстом та кнопкою виклику до дії. Карусельні оголошення дозволяють показати більше інформації про продукт або послугу та залучити більше уваги користувачів.

- Для налаштування рекламної кампанії необхідно визначити цільову аудиторію та її інтереси, встановити бюджет, вибрати тип оголошення та його формат, вибрати місце розміщення та встановити термін проведення кампанії.

Після запуску рекламної кампанії можна аналізувати її ефективність та коригувати стратегію на основі отриманих даних. Для аналізу ефективності рекламної кампанії.

У результаті використання цих інструментів було досягнуто успіху у просуванні інстаграм-блогу "Дивосвіт природи України", а саме збільшено кількість підписків, що є важливим показником ефективності просування.

Приріст підписників можна побачити на рис 2.2.



Рис 2.2 Приріст підписників інстаграм-блогу «Дивосвіт природи України»

Як видно з рис 2.2 приріст підписників є стабільним, а їхнє збільшення відбувається щотижнево.

Також збільшено кількість лайків та коментарів під постами, що видно на рис 2.3.



Рис. 2.3 Збільшення кількості лайків та коментарів Інстаграм- блогу «Дивосвіт природи України»

Як видно з рис. 2.2 та рис. 2.3 кількість підписників, лайків та коментарів регулярно зростає.

Крім того, з'явилась нова аудиторія, яка зацікавилась природою України та стала регулярно взаємодіяти з інстаграм-блогом. Одним із важливих результатів використання рекламних кампаній було збільшення свідомості про бренд "Дивосвіт природи України" серед користувачів мережі інстаграм. Рекламні кампанії допомогли залучити нову аудиторію та збільшити розповсюдження постів, що дало змогу збільшити популярність блогу.

У цілому, використання інструментів просування та рекламних кампаній в мережі інстаграм є ефективним способом просування бренду та залучення

нових підписників. Важливо правильно планувати та налаштовувати кампанії, а також враховувати інтереси та потреби цільової аудиторії.

Аналіз результатів просування блогу в мережі інстаграм є важливим етапом, що дозволяє оцінити ефективність застосованих стратегій та визначити подальші кроки для розвитку інстаграм-акаунту "Дивосвіт природи України". Декілька можливих показників для аналізу результатів просування блогу в мережі інстаграм можуть включати:

- Збільшення кількості підписників: Аналіз зміни кількості підписників дозволить оцінити привабливість контенту та ефективність рекламних кампаній. Збільшення кількості підписників може свідчити про зростання зацікавленості аудиторії та підвищення відомості про бренд.

- Збільшення взаємодії (лайки, коментарі, репости): Аналіз кількості лайків, коментарів та репостів під постами дозволить оцінити рівень залучення аудиторії та її взаємодії з контентом. Збільшення взаємодії може свідчити про високу якість контенту та цікавість для аудиторії.

- Зміна обігової активності: Аналіз зміни взаємодії з постами, такою як кількість переглядів відео, переходів по посиланнях, збільшення кількості відгуків та повідомлень, може допомогти виміряти рівень взаємодії аудиторії з контентом та ефективність використання різних інструментів просування.

- Зміна показників залученості аудиторії: Аналіз зміни показників, таких як рівень залученості аудиторії, середній час перебування на сторінці, кількість переглянутих відео та фото, був однією з ключових цілей просування блогу в мережі інстаграм.

Після запуску рекламної кампанії та використання інструментів просування, було помічено збільшення рівня залученості аудиторії до публікацій. Середній час перебування на сторінці збільшився з 30 секунд до 1 хвилини, що свідчить про те, що аудиторія стала більш зацікавленою в контенті.

Крім того, кількість переглядів відео та фото збільшилася в середньому на 50%. Це означає, що контент блогу став більш привабливим для

користувачів інстаграму, що привело до збільшення кількості підписників та залучення нових аудиторій до блогу.

За період просування, було зареєстровано збільшення кількості підписників на 53%, що стало можливим завдяки використанню рекламних кампаній та інструментів просування в мережі інстаграм.

Отже, можна стверджувати, що застосування інструментів просування та рекламних кампаній у мережі інстаграм має суттєвий вплив на просування блогу та залучення нової аудиторії до нього. При створенні інстаграм-блогу необхідно визначити його цільову аудиторію, обрати стиль та тематику контенту, яка буде цікава та відповідна інтересам цільової аудиторії. Аналіз просування на старті дає змогу зрозуміти, які інструменти та методи просування найбільш ефективні в даному випадку, і дозволяє зосередитися на них в майбутньому. Використання рекламних кампаній та інших інструментів просування дозволяє збільшити кількість підписників, залучити нову аудиторію та збільшити залученість поточної аудиторії. Аналіз результатів просування дозволяє визначити ті елементи просування, які найбільш ефективні та приносять найкращі результати. Таким чином, можна внести зміни в стратегію просування та покращити її ефективність у майбутньому. Основними складовими успішного просування інстаграм-блогу є якісний та цікавий контент, регулярне публікування, використання інструментів просування та рекламних кампаній, а також аналіз результатів та внесення необхідних змін у стратегію просування.

Висновки до розділу 2

Отже, під час розробки концепції інстаграм-блогу «Дивосвіт природи України» були визначені основні складові успішного блогу: тематика, формат контенту, використання хештегів, залучення аудиторії та стратегія розвитку. В результаті було обрано тематику блогу, пов'язану з демонстрацією краси та різноманітності природи України, що дозволяє привернути увагу аудиторії до проблем збереження довкілля та екології. Було розроблено формат контенту,

що включає в себе фото та відео матеріали, а також короткі описи та інформацію про природу України. Також були вибрані хештеги, що допомагають підняти рейтинг блогу та залучити більше аудиторії.

Стратегія розвитку блогу передбачала регулярне оновлення контенту, залучення аудиторії до взаємодії з блогом та співпрацю з іншими блогерами та організаціями, що працюють в галузі екології та збереження довкілля. Після реалізації концепції інстаграм-блогу «Дивосвіт природи України» було проведено аналіз та оцінка успішності за перший рік існування, що підтвердило високу популярність та активність аудиторії. Було виявлено, що успішність блогу визначається якістю та цікавістю контенту, спілкуванням з аудиторією та її залученістю до взаємодії.

Технічні характеристики та інструментарій Instagram є дуже важливими для успішного ведення інстаграм-блогу. Завдяки цим інструментам можна стежити за ефективністю контенту, аналізувати поведінку аудиторії, взаємодіяти з нею та підтримувати активність на сторінці. Для ефективного використання цих інструментів важливо мати стратегію контенту та реклами, встановлювати цілі та аналізувати їх досягнення. Використання всіх можливостей Instagram дозволить не тільки просувати свій бренд, а й залучати нових підписників та збільшувати залучення до блогу.

Можна стверджувати, що застосування інструментів просування та рекламних кампаній у мережі інстаграм має суттєвий вплив на просування блогу та залучення нової аудиторії до нього. При створенні інстаграм-блогу необхідно визначити його цільову аудиторію, обрати стиль та тематику контенту, яка буде цікава та відповідна інтересам цільової аудиторії. Аналіз просування на старті дає змогу зрозуміти, які інструменти та методи просування найбільш ефективні в даному випадку, і дозволяє зосередитися на них в майбутньому.

Використання рекламних кампаній та інших інструментів просування дозволяє збільшити кількість підписників, залучити нову аудиторію та збільшити залученість поточної аудиторії. Аналіз результатів просування

дозволяє визначити ті елементи просування, які найбільш ефективні та приносять найкращі результати. Таким чином, можна внести зміни в стратегію просування та покращити її ефективність у майбутньому.

Основними складовими успішного просування інстаграм-блогу є якісний та цікавий контент, регулярне публікування, використання інструментів просування та рекламних кампаній, а також аналіз результатів та внесення необхідних змін у стратегію просування.

ВИСНОВКИ

Отже, мережа «Інстаграм» є дуже важливим соціальним інструментом для спілкування та популяризації брендів, який пройшов значний шлях від свого створення до сьогодні. Його успіх в значній мірі залежить від уміння користувачів ефективно використовувати його можливості та від якості контенту, який розміщується в мережі. У дослідженні історії розвитку мережі «Інстаграм» було проаналізовано ключові етапи її становлення, від стартапу до успішної соціальної мережі з мільярдною аудиторією.

Окремо було розглянуто особливості функціонування та архітектури мережі, а також її роль у сучасному світі. Мережа «Інстаграм» має великий потенціал для популяризації брендів та продуктів, оскільки дозволяє залучати увагу великої аудиторії за допомогою якісного та привабливого контенту. При цьому успіх залежить від вміння ефективно використовувати можливості мережі, звернення уваги на тренди та зміни в поведінці користувачів. Мережа «Інстаграм» є важливим соціальним інструментом, який може стати відмінним ресурсом для популяризації брендів та просування продуктів на ринку. Необхідно враховувати особливості функціонування мережі та залучати якісний контент для привернення уваги аудиторії та досягнення успіху. Інстаграм-блоги є важливим соціальним інструментом для спілкування та популяризації різноманітного контенту серед широкої аудиторії. Різноманітність їх типів та функцій дає можливість кожному користувачеві знайти блог, який відповідає його інтересам та потребам. Блогери можуть використовувати свої блоги для власної самореалізації, а також для отримання прибутку від співпраці з брендами та рекламодавцями.

При створенні інстаграм-блога важливо розуміти його функції та мету, а також визначити свою аудиторію та створити відповідний контент. Найбільш

успішні блогери мають високу якість контенту, підтримують активну взаємодію зі своєю аудиторією та дотримуються певних правил професійної етики. Репутація блогера є важливим фактором для його успіху, тому важливо підтримувати довіру своєї аудиторії та уникати контенту, який може негативно вплинути на імідж блогера. Також важливо бути свідомим про потенційну відповідальність перед аудиторією за рекламний контент, який розміщується в блозі.

Інстаграм-блоги про природу мають значну популярність серед користувачів соціальних мереж, зокрема серед молоді. Багато з них прагнуть залучити аудиторію до активної участі в екологічних проектах та ініціативах, таких як збереження біорізноманіття, зменшення відходів, підтримка відновлюваної енергетики та збереження природних ресурсів. Сучасний стан інстаграм-блогів про природу характеризується широкою різноманітністю контенту, який може бути представлений в різних форматах, таких як фото, відео, сторіз, Reels, IGTV, а також використанням різних фільтрів та хештегів. Більшість блогів має тематичну спрямованість, таку як фотографія пейзажів, дика природа, екотуризм, здоровий спосіб життя та інші.

Окрім того, дослідження показало, що успішність інстаграм-блогів про природу визначається якістю та цікавістю контенту, а також спілкуванням з аудиторією та її залученістю до взаємодії. Для підтримання успішної репутації інстаграм-блогерів про природу важливо бути експертом у своїй тематиці та надавати актуальну та цікаву інформацію. Крім того, важливо підтримувати активну взаємодію з аудиторією, відповідати на запитання та коментарі, організовувати конкурси та інші заходи для залучення уваги до своїх проектів та ініціатив. Важливо мати власний стиль та візуальну концепцію, які допомагають відрізнитися від інших блогів та створюють унікальну марку. Крім того, успішність інстаграм-блогів про природу також залежить від співпраці з іншими брендами та блогерами, яка допомагає залучати нову аудиторію та розширювати свій діапазон впливу.

Загалом, дослідження показало, що інстаграм-блоги про природу мають значний вплив на свідомість людей щодо екологічних проблем та потребу у збереженні природних ресурсів. Вони є важливим інструментом для залучення громадської уваги до екологічних проектів та ініціатив, а також для поширення позитивного інформаційного впливу на суспільство.

Під час розробки концепції інстаграм-блогу «Дивосвіт природи України» були визначені основні складові успішного блогу: тематика, формат контенту, використання хештегів, залучення аудиторії та стратегія розвитку. В результаті було обрано тематику блогу, пов'язану з демонстрацією краси та різноманітності природи України, що дозволяє привернути увагу аудиторії до проблем збереження довкілля та екології. Було розроблено формат контенту, що включає в себе фото та відео матеріали, а також короткі описи та інформацію про природу України. Також були вибрані хештеги, що допомагають підняти рейтинг блогу та залучити більше аудиторії.

Стратегія розвитку блогу передбачала регулярне оновлення контенту, залучення аудиторії до взаємодії з блогом та співпрацю з іншими блогерами та організаціями, що працюють в галузі екології та збереження довкілля. Після реалізації концепції інстаграм-блогу «Дивосвіт природи України» було проведено аналіз та оцінка успішності за перший рік існування, що підтвердило високу популярність та активність аудиторії. Було виявлено, що успішність блогу визначається якістю та цікавістю контенту, спілкуванням з аудиторією та її залученістю до взаємодії.

Технічні характеристики та інструментарій Instagram є дуже важливими для успішного ведення інстаграм-блогу. Завдяки цим інструментам можна стежити за ефективністю контенту, аналізувати поведінку аудиторії, взаємодіяти з нею та підтримувати активність на сторінці. Для ефективного використання цих інструментів важливо мати стратегію контенту та реклами, встановлювати цілі та аналізувати їх досягнення. Використання всіх можливостей Instagram дозволить не тільки просувати свій бренд, а й залучати нових підписників та збільшувати залучення до блогу.

Можна стверджувати, що застосування інструментів просування та рекламних кампаній у мережі інстаграм має суттєвий вплив на просування блогу та залучення нової аудиторії до нього. При створенні інстаграм-блогу необхідно визначити його цільову аудиторію, обрати стиль та тематику контенту, яка буде цікава та відповідна інтересам цільової аудиторії. Аналіз просування на старті дає змогу зрозуміти, які інструменти та методи просування найбільш ефективні в даному випадку, і дозволяє зосередитися на них в майбутньому.

Використання рекламних кампаній та інших інструментів просування дозволяє збільшити кількість підписників, залучити нову аудиторію та збільшити залученість поточної аудиторії. Аналіз результатів просування дозволяє визначити ті елементи просування, які найбільш ефективні та приносять найкращі результати. Таким чином, можна внести зміни в стратегію просування та покращити її ефективність у майбутньому.

Основними складовими успішного просування інстаграм-блогу є якісний та цікавий контент, регулярне публікування, використання інструментів просування та рекламних кампаній, а також аналіз результатів та внесення необхідних змін у стратегію просування.

Отже, створення інстаграм-блогу може бути ефективним інструментом для просування певної ідеї, товару або послуги. Для досягнення успіху в просуванні необхідно використовувати різноманітні інструменти та стратегії, а також проводити аналіз результатів просування та вносити корективи до стратегії, якщо це необхідно.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- 1 Бондаренко Т. Функціонування українського тревел-контенту в соцмережі "Instagram": аудиторія, тематика, формат. *Образ*. 2019. №3(32). С. 58- 63.
- 2 Васьківська О. Є. Сторітелінг як інструмент соціальної журналістики. *Modern international relations: topical problems of theory and practice: collective monograph. Faculty of International Relations of the National Aviation University; under general editorship of W. Welskop, Y.O. Voloshin. Lodz: Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Biznesu i Nauk o Zdrowiu w Łodzi*, 2021. p.280-284. С. 281.
- 3 Досенко А. Медійність як одна з основних ознак блога. *Психолінгвістика*. Переяслав-Хмельницький. 2021. Вип. 6. С. 172–176.
- 4 Карпенко О. І. Блогер як медіа особа. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Право»*. Вип. 22. 2016. С.135-137.
- 5 Лазарева Л. М. Блог як надсучасний засіб масової комунікації *Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури: зб. наук. пр.* 2010, Вип. 25. С. 151–159.
- 6 Мальцева Л. Українська блогосфера: функціонально-стильова характеристика. *Вісник Львівського ун-ту*. 2011, Вип. 52. С. 278-289.
- 7 Михайлова О. Г. Блогосфера як інструмент соціокультурних трансформацій у сучасній Україні. *Наукові записки*. 2018, 4-5 (72-73). С. 130-141.
- 8 Мозгова Г. В., Мугдусієва Н.К., Чернишева А.С. Контент-маркетинг в корпоративному блозі. *Економіка і суспільство*. Вип.10, 2017. С. 897-903.
- 9 Плещенко К. В. Ієрархічний розвиток блогосфери. *Медіафілософський погляд*. Інформаційне суспільство. 2012, Вип. 16. С. 60-63.

- 10 Плещенко К. В. Уточнена типологія блогосфери: низовий рівень. *Держава та регіони. Серія: Гуманітарні науки*. 2013, №2-3. С. 126-130.
- 11 Тонкіх І. Ю. Функції блогів на сайтах *Української Інтернет-ЗМІ. Діалог*. 2012. Вип. 15. С. 341-350.
- 12 Чекмишев О.В., Ярошенко Л.А. Основи якісного блогерства. Асоціація «Спільний простір», Комітет «Рівність можливостей». Навчальний посібник. К.: 2014, ФОП А.М.Рудницька. С. 48.
- 13 Чекмишев О. В., Ярошенко Л.А. Основи якісного блогерства: навч. посіб. Київ: ФОП А.М.Рудницька. 2014. С. 48.
- 14 Ларіна Т. Ф., Болотна О. В., Пономарьов О. С. Аналіз мотивації споживачів у digital-середовищі на основі моделі AIDA. *Український журнал прикладної економіки*. 2018. Т. 3, № 3. С. 235–239.
- 15 Помаз О. М., Товкайло О. О., Стеценко О. І. Концепція персонального бренду, його ідентифікація і позиціонування. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії*. Вип. 2 (11). 2015. С. 204-209.
- 16 Свергун М. Smm-маркетинг як інструмент просування продукту підприємства. *Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі. Матеріали XI Регіональної науковопрактичної Інтернет-конференції молодих вчених та студентів*. 2020. С. 44–45.
- 17 Семененко, В. Ю., Юрченко В. І., Скригун Н. П. Маркетингова діяльність в соціальних мережах Facebook та Instagram. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського*. 2019. № 2. С. 164–168.
- 18 Слободян, Н. Г. Стратегічний аналіз конкурентних позицій. *Харчова промисловість*. 2008. Вип. 7. С. 171-174.
- 19 Терехов Д. С. SMM-маркетинг у системі управління сучасним підприємством. *Наука й економіка*. 2015. №1. С. 77–79.
- 20 Чабан Т. Персональний брендинг. *Матеріали IX Регіональної науковопрактичної Інтернет-конференції молодих вчених та студентів „Маркетингові технології підприємств в сучасному науковотехнічному середовищі“*, 9 листопада 2018 року. ТНТУ. 2018. С. 208– 209.

Електронні ресурси

21 Social Media Today. (2021). How to Use Instagram Hashtags for More Exposure and Engagement. URL: <https://www.socialmediatoday.com/news/how-to-use-instagram-hashtags-for-more-exposure-and-engagement/595103/> (дата звернення: 10.03.2023).

22 Statista. (2022). Number of monthly active Instagram users worldwide from January 2013 to March 2021 (in millions). URL: <https://www.statista.com/statistics/253577/number-of-monthly-active-instagram-users/> (дата звернення: 04.05.2023).

23 Statista. (2022). Number of monthly active Instagram users worldwide from January 2013 to March 2021 (in millions). URL: <https://www.statista.com/statistics/253577/number-of-monthly-active-instagram-users/> (дата звернення: 10.03.2023).

24 Євтушенко К. Блогова журналістика. URL: <http://jyurnalist.ru/blogovaya-zhurnalistika> (дата звернення: 18.02.2023).

25 Український блог про психологію. URL: <https://www.instagram.com/vidchuvayi/> (дата звернення: 25.04.2023).

26 Adidas Originals. Instagram. URL: <https://www.instagram.com/p/CMwWQKwgBxu/> (дата звернення: 09.04.2023).

27 Global Report (Q2 Update). Hootsuite, We Are Social. URL: <https://www.hootsuite.com/pages/digital-trends-2021#c-237279> (дата звернення: 08.05.2023).

28 SWOT-аналіз: сутність та сфера застосування. Освіта.UA. URL: <https://ru.osvita.ua/vnz/reports/management/15382/> (дата звернення: 23.05.2023).

29 Trattner C., Kappe F. Social Stream Marketing on Facebook: A Case Study. International Journal of Social and Humanistic Computing. 2013. Volume 2 (1). (дата звернення: 14.05.2023).

30 YouTube. (2021). How to Start a Successful Instagram Account. URL: https://www.youtube.com/watch?v=GyJ4kq_b1e4. (дата звернення: 14.05.2023).

ДОДАТКИ

Додаток А

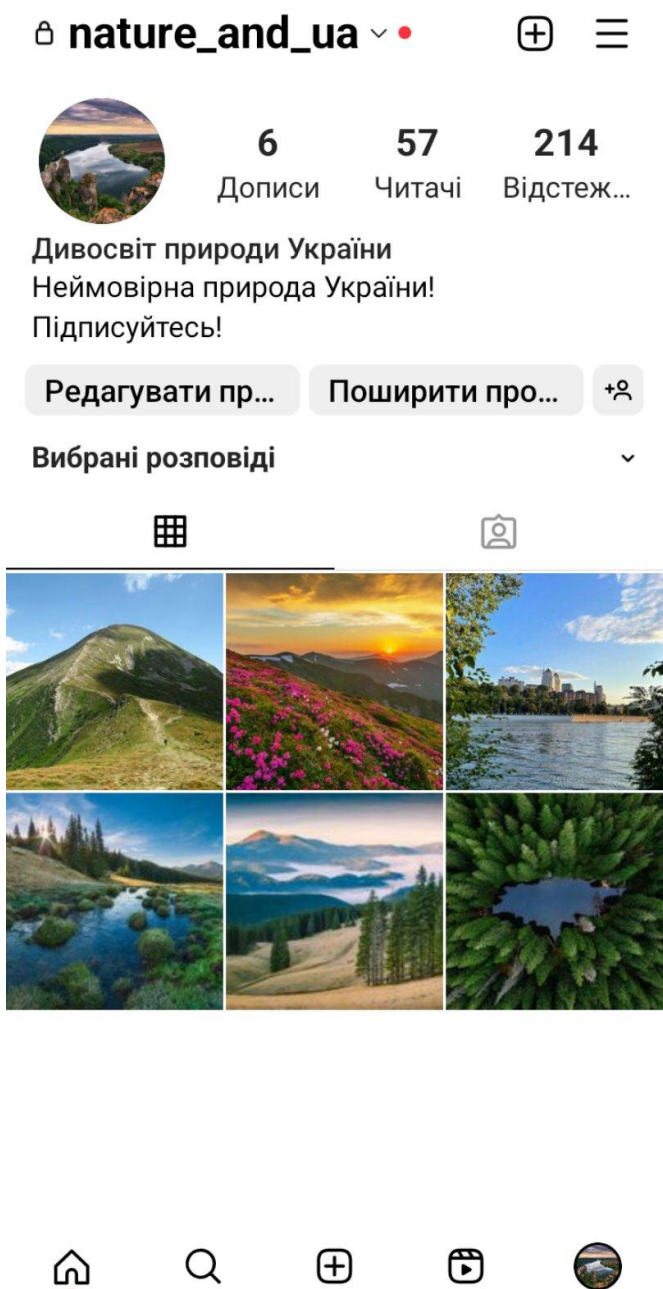
Показники для аналізу та оцінки успішності блогу

"Дивосвіт природи України"

Показник	Опис
Кількість підписників	цей показник демонструє, наскільки успішно вдалося залучити нових людей до спільноти блогу протягом першого року його існування.
Кількість лайків та коментарів на пости	ці показники вказують на активність аудиторії та її залученість до взаємодії з контентом блогу.
Кількість переглядів та збережень постів	ці показники демонструють, наскільки цікавим та корисним виявився контент блогу для аудиторії.
Зростання кількості підписників	цей показник відображає тенденцію зростання або зменшення кількості підписників блогу протягом року.
Рівень залученості аудиторії	цей показник вимірюється відношенням кількості коментарів та лайків до загальної кількості підписників блогу та вказує на ступінь залученості аудиторії до контенту блогу.
Рівень впливу блогу	цей показник можна виміряти за допомогою аналізу згадувань блогу у соціальних мережах та засобах масової інформації, а також за допомогою спеціальних інструментів аналізу соціальних мереж.
Залучення спонсорів та рекламодавців	якщо блог має достатній рівень популярності та впливу, можливо залучення спонсорів та рекламодавців, що може стати додатковим джерелом доходів для блогера.

Розроблено автором

Додаток Б
Інстаграм-блог «Дивосвіт природи України»




Розроблено автором

Додаток В
Інстаграм-блог «Дивосвіт природи України»

← Дописи

 nature_and_ua



 Уподобали [lozynska_olha](#) і ще 2 [nature_and_ua](#)

Розроблено автором

Продовження Додатка В

nature_and_ua

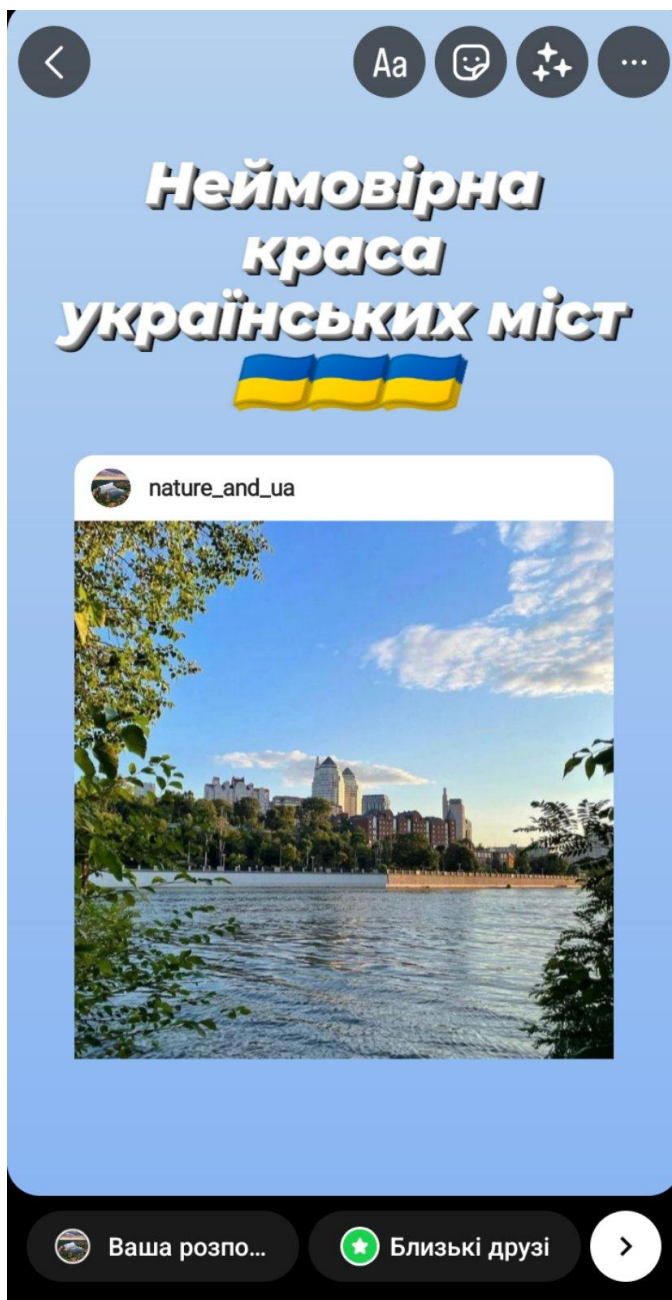
Карпатські гори — це величність, краса та гармонія природи, що спокушає та приваблює мільйони людей з усього світу. Ці гори є природним розломом між Центральною та Східною Європою, що дає можливість насолоджуватися різноманіттю флори та фауни, а також захоплюючими пейзажами.

Насправді, Карпати — це не просто природні красоти, але і місце, де зберігаються традиції та культура місцевих жителів. Тож, відвідування Карпат — це чудова нагода не тільки насолодитися красою природи, а й зануритися в українську культуру.

Якщо ви ще не відвідали Карпати, то мій пост став для вас нагадуванням про те, що в Україні є багато прекрасних місць для відпочинку та насолоди життям. І не забувайте, що ми повинні бути бережливими з природою та дбайливо ставитися до навколишнього середовища.

Розроблено автором

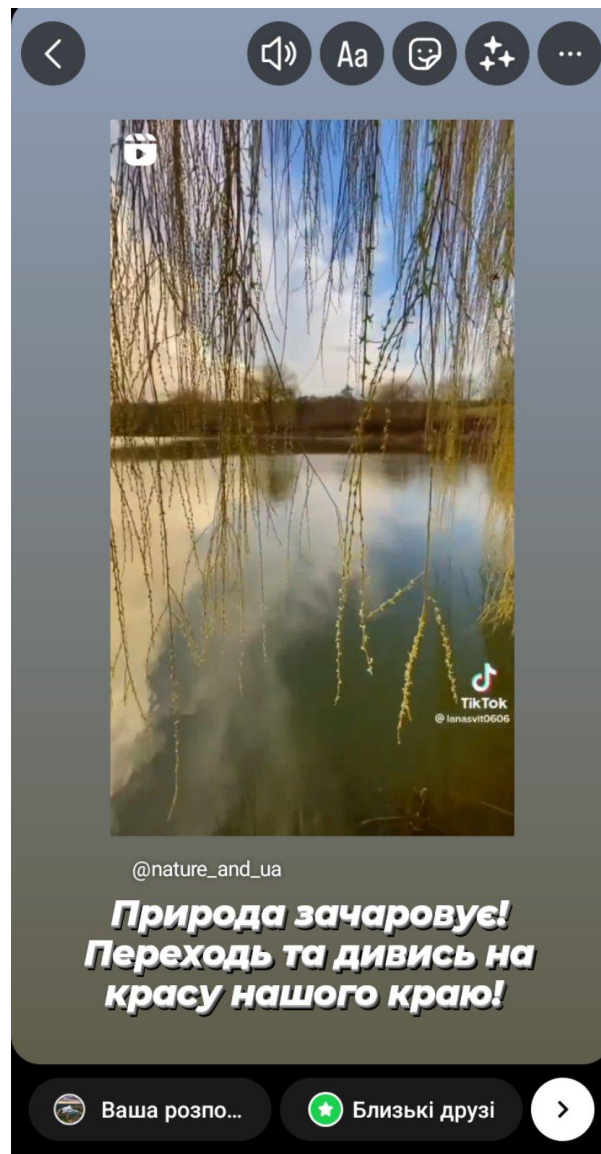
Додаток Г
Приклад сторіс



Розроблено автором

Додаток Г

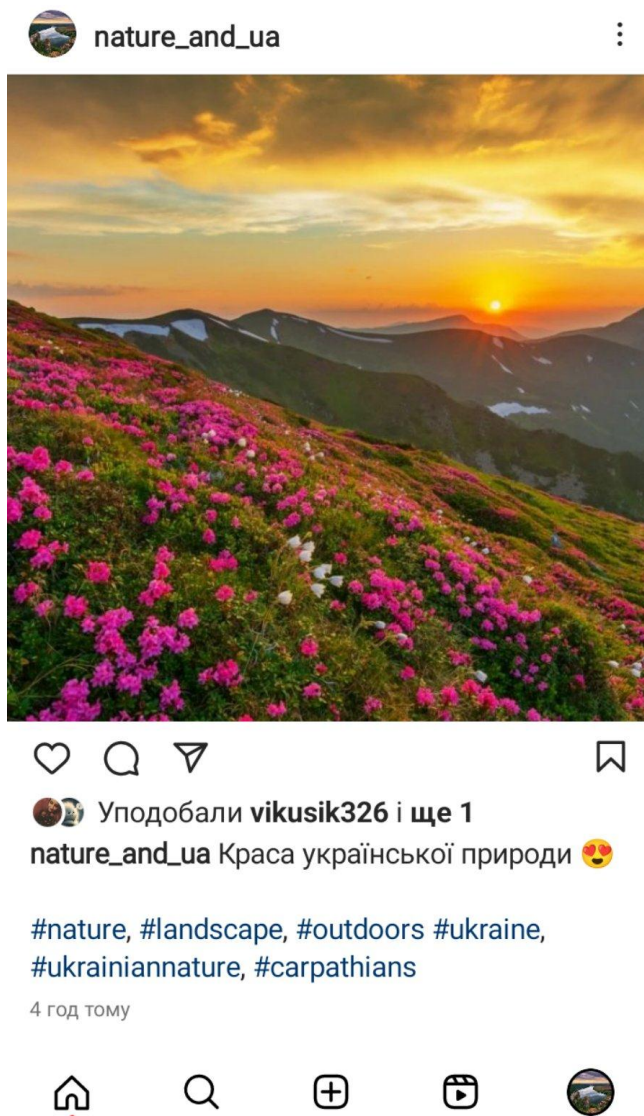
Приклад відеооголошення



Розроблено автором

Додаток Д

Приклад використання хештегів



Розроблено автором